

---

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA PT. FRES INDONESIA  
(TRANSPORTATION, RENTAL CAR, AND BUS) BANDUNG**

**Hasti Pramesti Kusnara<sup>(1)</sup>**

<sup>(1)</sup>Dosen Administrasi Bisnis Institut Manajemen Wiyata Indonesia  
Hasti\_pramesti\_kusnara@yahoo.co.id

**ABSTRAK**

Salah satu infrastruktur yang mengalami perkembangan adalah jalan raya yang mengalami perkembangan yang pesat, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai jalan bebas hambatan yang menghubungkan satu kota dengan kota lainnya serta pembangunan ruas-ruas jalan baru yang dilakukan sampai ke pelosok-pelosok pedesaan, kendaraan bermotor terutama kendaraan roda empat atau mobil telah memegang peranan yang cukup penting dalam masyarakat sebagai salah satu sarana transportasi. Pertumbuhan industri otomotif nasional turut memhubungani pesatnya bisnis penyewaan mobil di Indonesia. Untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, namun pada kenyataannya kualitas pelayanan PT. FRES INDONESIA masih rendah dibuktikan dengan masih banyaknya komplain dari konsumen. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode dengan memberikan gambaran sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan korelasi antara variabel yang diteliti. Hasil uji hipotesis nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya kualitas pelayanan jasa berhubungan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Kepuasan Konsumen

**ABSTRACT**

*One of the infrastructure that has grew is the highway that experienced rapid development , it can be seen from the emergence of the freeway that connects the city with other cities and the construction of new roads is carried up to the rural outposts , motor vehicle especially four wheel drive vehicles or cars have held an important role in society as a means of transportation . The growth of the national automotive industry has influenced the rapid car rental business in Indonesia. To win the competition is getting tougher PT . Fres INDONESIA ( TRANSPORTATION , RENTAL CAR , and BUS ) should be able to improve the quality of service , but in fact the quality of PT services. Fres INDONESIA is evidenced by the still low number of complaints from consumers . It makes basic PT . Fres INDONESIA ( TRANSPORTATION , RENTAL CAR , and BUS ) to further improve its service to satisfy all our customers , because it is basically an attempt to satisfy consumer is an effort to develop the quality of the goods or services of the company to satisfy the needs of consumers who meet or exceed the criteria desired by consumers . In this study the method used is descriptive method is the method by providing a systematic overview , factual , and accurate information on the facts and the correlation between the variables studied. Hypothesis test results t value greater than t table, then Ho is rejected and Ha is accepted , it means the quality of services affect customer satisfaction .*

*Keywords : Quality Care Services , Consumer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Kemajuan pembangunan yang dilakukan bangsa Indonesia, telah membawa perubahan yang besar, baik dalam hal infrastruktur penunjang kehidupan bangsa Indonesia maupun kualitas kehidupan masyarakatnya sendiri. Salah satu infrastruktur yang mengalami perkembangan adalah jalan raya. Jalan raya sebagai prasarana transportasi darat bagi bangsa Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai jalan bebas hambatan yang menghubungkan satu kota dengan kota lainnya serta pembangunan ruas-ruas jalan baru yang dilakukan sampai ke pelosok-pelosok pedesaan, kendaraan bermotor terutama kendaraan roda empat atau mobil telah memegang peranan yang cukup penting dalam masyarakat sebagai salah satu sarana transportasi.

Pertumbuhan industri otomotif nasional turut menghubungkan pesatnya bisnis penyewaan mobil di Indonesia. Asosiasi Perusahaan Sewa Kendaraan Indonesia (Asperkindo) memperkirakan tahun 2012 ini terjadi lonjakan signifikan sewa mobil di pasar nasional. Penyerapan kendaraan sebagai armada sewa disebut mencapai hampir 145.000 unit atau meningkat 60% dari tahun-tahun sebelumnya yang tercatat 90.000 unit. Keadaan ini bila ditunjang kondisi perekonomian yang relatif stabil dan iklim politik serta keamanan negeri yang kondusif, peluang bisnis rental mobil tetap menjanjikan dan bisa dipastikan akan terus bersinar hingga beberapa tahun ke depan.

Melihat peluang bisnis dalam bidang transportasi yang ada saat ini maka PT. FRES INDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, and BUS) mendirikan usaha yang bergerak dibidang transportasi dengan unit bisnisnya pelayanan Travel perjalanan dan rent car . PT. FRES INDONESIA memberikan pelayanan berupa penyewaan kendaraan pribadi dan wisata, baik di Bandung/Jawa Barat sebagai base nya Frestour, maupun di Luar Kota hingga luar negeri melalui jaringan maka PT. FRES INDONESIA memberikan kendaraan terbaru dengan harga terjangkau dan dengan Crew yang friendly.

Untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat PT. FRES INDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, and BUS) harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, namun pada kenyataannya kualitas pelayanan PT. FRES INDONESIA masih rendah dibuktikan dengan masih banyaknya komplain dari konsumen seperti : kondisi kendaraan masih ada yang kurang baik, lamanya pelayanan konsumen melalui email, jumlah sopir yang sedikit, unit kendaraan yang masih sedikit, sopir yang terkadang ugal-ugalan, system reservasi susah, dan lambatnya pelayanan office saat jam-jam tertentu. Hal ini menjadikan dasar PT. FRES INDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, and BUS) untuk lebih meningkatkan pelayanannya dalam mencapai kepuasan konsumennya, karena pada dasarnya usaha memuaskan konsumen merupakan salah satu usaha untuk mengembangkan kualitas barang atau jasa perusahaan guna memuaskan kebutuhan konsumen yang sesuai atau melebihi kriteria yang diinginkan oleh konsumen.

Pengertian kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2009:59), yaitu kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang menghubungkan kualitas pelayanan jasa yaitu dirasakan *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Dengan meningkatkan pelayanan jasa PT. FRES INDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, and BUS) dalam menjalankan bisnisnya diharapkan dapat memuaskan pelanggannya

Berdasarkan fenomena di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan, berhubungan terhadap kepuasan konsumen jasa Rent car dan Travel Frestour. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : **“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA PT. FRES NDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, AND BUS) BANDUNG”**.

## Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang dapat penulis kemukakan adalah “jika kualitas pelayanan PT. FRES INDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, and BUS) di Bandung meningkat maka kepuasan konsumen meningkat”.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan kerugian pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pengertian kualitas pelayanan jasa menurut Wykof yang dikutip oleh Tjiptono (2009:59), yaitu kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang menghubungkan kualitas pelayanan jasa yaitu dirasakan *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipresepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa dipresepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa dipresepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

### Mengukur Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Kotler yang dikutip oleh Alma (2009:284) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.

2. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
5. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

## **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjptono (2009:199) kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan hasil/prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas. Tetapi jika kinerja sesuai harapan pelanggan, maka hal ini pelanggan puas.

Zeithaml, Bitner & Gremler (2007:192), juga menyatakan bahwa kepuasan merupakan respon pemenuhan dari konsumen. Hal ini merupakan penilaian mengenai bentuk dari produk dan layanan, atau mengenai produk atau layanan itu sendiri, dalam menyediakan tingkat kepuasan dari konsumsi yang terpenuhi.

## **Hubungan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen**

Pada saat ini proses konsumsi jasa terjadi, konsumen akan melakukan proses evaluasi pelayanan dalam hubungan dengan apa yang mereka cari dan harapkan, dengan apa yang mereka terima sehingga akhirnya mereka bersedia untuk membayarnya. Selama proses tersebut berlangsung, konsumen akan mengamati kemampuan perusahaan dalam memperhatikan dan menangani masalah-masalah mereka dan cara-cara perusahaan memberikan pelayanan di mana konsumen akan memperoleh kualitas teknis dan fungsional yang dapat diterima oleh mereka. Apabila konsumen merasa puas, maka mereka akan melakukan konsumsi yang baru atau pemakaian jasa yang lebih besar lagi sehingga hubungan dengan konsumen yang bertahan lama untuk jangka panjang akan tercapai, di mana pada gilirannya kepuasan konsumen dapat mencapai kesetiaan/loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Akan tetapi jika konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang ada, maka konsumen tersebut akan meninggalkan perusahaan untuk mencari dan mencoba jasa dari perusahaan lain dan kemudian membandingkannya atau mereka benar-benar pergi meninggalkan perusahaan dan tidak ingin kembali lagi.

Hubungan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen telah diuji oleh DR. E. Susy Suhendra dan Ferry Yudhy I SE., dengan judul penelitian “Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi kasus BPR Arthaguna Sejahtera)”.

## **OBJEK PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) yang berlokasi di Jl. Anggrek no.55 Bandung pada bulan Agustus sampai selesai. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian untuk penyusunan laporan tugas akhir ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan menggambarkan dan membahas keadaan perusahaan berdasarkan fakta yang ada. Penelitian ini disusun berdasarkan data dan informasi yang mendukung, sesuai dengan sifat, permasalahan, dan tujuan dilakukannya penelitian, sehingga dari data dan informasi tersebut penulis dapat melakukan berbagai analisis untuk memperoleh kesimpulan.

## **Populasi dan Sampel**

Dalam menetapkan jumlah anggota sampel, menurut pendapat yang dikemukakan oleh Singarimbun (2006:171) bahwa bila analisa yang dipakai adalah teknik korelasi maka yang harus diambil minimal 30 sampel subyek. Sehingga berdasarkan pendapat tersebut maka ditetapkan jumlah anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah pelanggan PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung yang dapat mewakili populasi.

Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan sampling yaitu non probability sampling dengan teknik sampling aksidental, menurut Sugiyono (2008:207), menyatakan bahwa teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

#### **Hubungan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Pengguna Jasa Pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car and Bus) Bandung**

Sebelum melakukan tanggapan responden kualitas pelayanan Jasa terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur keabsahan dan konsistensi data.

Untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas antara yaitu pertama adalah tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Emphaty*), Daya tangkap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*) variabel (X) dan yang kedua adalah tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Emphaty*), Daya tangkap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*) Variabel (Y) digunakan analisis Rank Spearman.

#### **Metode Analisis**

#### **Uji Validitas**

Pada uji validitas penulis menetapkan dengan skala ukur ordinal yang dipakai dengan teknik-teknik dan kriteria. Menurut Nazir (2011;147) mendefinisikan valid sebagai berikut: "Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Dengan demikian validitas diartikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya.

**Tabel 3.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	Nilai Korelasi	Nilai Batas	Ket
KP1X1	,807	0,195	Valid
KP2X1	,885	0,195	Valid
KP3X1	,859	0,195	Valid
KP4X1	,837	0,195	Valid
KP5X1	,816	0,195	Valid
KP6X1	,692	0,195	Valid
KP7X1	,875	0,195	Valid
KP8X1	,759	0,195	Valid
KP9X1	,858	0,195	Valid
KP10X1	,911	0,195	Valid
KP11X1	,878	0,195	Valid
KP12X1	,725	0,195	Valid
KP13X1	,635	0,195	Valid
KP14X1	,592	0,195	Valid
KP15X1	,616	0,195	Valid
KP16X1	,558	0,195	Valid
KK1Y	,874	0,195	Valid
KK2Y	,720	0,195	Valid
KK3Y	,657	0,195	Valid
KK4Y	,660	0,195	Valid
KK5Y	,717	0,195	Valid
KK6Y	,781	0,195	Valid
KK7Y	,752	0,195	Valid
KK8Y	,709	0,195	Valid
KK9Y	,657	0,195	Valid
KK10Y	,917	0,195	Valid
KK11Y	,815	0,195	Valid
KK12Y	,641	0,195	Valid
KK13Y	,669	0,195	Valid
KK14Y	,723	0,195	Valid
KK15Y	,818	0,195	Valid
KK16Y	,526	0,195	Valid

Sumber : Hasilolah data SPSS (*Statistic Program for Social Science*) 16.0

Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variable memiliki nilai korelasi di atas 0,195 sebagai nilai batas suatu item kuesioner penelitian, oleh karena itu dapat dikatakan dapat digunakan (dapat diterima). Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

**Uji Reliabilitas**

Menurut Nazir (2011:133) mendefinisikan reliabel sebagai instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.  $\alpha < 0,06$ .

Berikut ini merupakan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan menggunakan bantuan alat uji statistic yaitu program SPSS 16 dengan jumlah response banyak 100 orang:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Batas	Ket
Kualitas Pelayanan Jasa	0,962	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,951	0,600	Reliabel

Sumber: Hasilolah data SPSS (*Statistic Program for Social Science*) 16.0

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap semua item dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa semua item pernyataan dapat dinyatakan reliabel (nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60). Dengan demikian dapat digunakan sebagai instrument dalam mengukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

**Hasil dan Pembahasan**

**Koefisien Korelasi Rank Spearman**

Untuk menganalisis pola hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa terhadap

kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, And Bus) Bandung, digunakan analisis Rank Spearman dimana proses perhitungannya menggunakan alat bantu software SPSS 16.0 for Windows.

**Tabel4.1**  
**Koefisien Rank Spearman**

	Kualitas_ Pelayanan	Kepuasan_ Konsumen
Spearman's rho	1.000	.746
Correlation Coefficient	.	.000
Kualitas_ Pelayanan Sig. (1-tailed)		
N	100	100
Correlation Coefficient	.746	1.000
Kualitas_ Pelayanan Sig. (1-tailed)	.000	.
N	100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS (*Statistic Program for Social Science*) 16.0

Dari perhitungan di atas kualitas pelayanan jasa (X) terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa (Y) pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung, yaitu sebesar 0,746. Kesimpulan statistiknya, terdapat hubungan yang positif dan searah antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa (Y) pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung.

**Koefisien Determinasi**

Untuk menghitung berapa besar hubungan (kontribusi) yang diberikan oleh kualitas pelayanan jasa (X) terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa (Y) pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, And Bus) Bandung secara keseluruhan dapat diketahui melalui koefisien determinasi (Kd), dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 Kd &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,746)^2 \times 100\% \\
 &= 55,7\%
 \end{aligned}$$

Koefisien Determinasi (Kd) adalah sebesar 55,7% mempunyai arti bahwa kualitas pelayanan jasa (X) terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa (Y) pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung adalah sebesar 55,7% Sedangkan sisanya sebesar 44,3% dihubungkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

Suatu koefisien korelasi haruslah mempunyai nilai yang berarti (signifikan), untuk memberikan keberartian korelasi yang ada maka perlu dilakukan uji hipotesis terhadap rs antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, And Bus) Bandung. Dalam pengujian hipotesis, penulis menetapkan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0.05 dengan derajat kebebasan  $df = n - 2$ .

Kriteria dalam menguji signifikan hubungan adalah:

1. Jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel x dengan y.
2. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, terdapat hubungan yang signifikan antara variabel x dengan y.

Untuk menghitung  $t$  hitung, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{0.746\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0.746^2}}$$

$$= \frac{7,384}{0,443}$$

$$t = 16,668$$

Untuk menghitung  $T_{tabel}$  dipergunakan tabel distribusi T yang terdapat pada lampiran dengan  $df = 98$  dan  $\alpha = 0.05$ . Maka diperoleh  $T_{tabel} = 1,663$ . Dari hasil perhitungan menunjukkan  $T_{hitung}$  lebih besar daripada  $T_{tabel}$  yaitu  $T_{hitung} = 16,668 > 1,663$ . Berdasarkan hasil perhitungan diatas  $T_{hitung} > T_{tabel}$  bahwa hipotesis yang penulis buat dapat diterima, artinya hipotesis penulis terdukung

oleh fakta-fakta dilapangan. Mengacu kepada perhitungan diatas, thitung sebesar 16,668 berada pada daerah penolakan  $H_0$ .

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung yang telah dibahas, serta perhitungan-perhitungan statistik yang dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Melalui analisis deskriptif dari skor-skor jawaban kuesioner penelitian yang dikumpulkan dari 100 orang yang dijadikan sebagai responden, dapat diketahui bahwa pada umumnya kualitas pelayanan jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,72 yang berada pada interval 3,40-4,19.
2. Hasil rata-rata dari keseluruhan pernyataan mengenai kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung dapat dikatakan puas, dengan nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,80 yang berada pada interval 3,40-4,19.
3. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode statistik, maka dapat diketahui:
  - a. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan korelasi Rank Spearman diperoleh nilai sebesar 0,746. Kesimpulan statistiknya, terdapat hubungan yang positif dan searah antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa (Y) pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung.
  - b. Hasil uji koefisien determinasi hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pengguna Jasa pada PT. Fres Indonesia (Transportation, Rental Car, and Bus) Bandung adalah sebesar 55,7%

Sedangkan sisanya sebesar 44,3% dihubungkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

c. Berdasarkan uji signifikansi diperoleh thitung sebesar 16,668, sedangkan ttabel sebesar 1,663, thitung lebih besar dari ttabel ( $16,668 > 1,663$ ) dan berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, yaitu jika thitung > ttabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian bahwa hipotesis yang penulis ajukan, yaitu: "Kualitas Pelayanan jasa Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Jasa Pada PT. FRES INDONESIA (TRANSPORTATION, RENTAL CAR, and BUS) BANDUNG BANDUNG" Dapat diterima.

### **Saran**

Pada bagian akhir ini, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan. Adapun saran-saran yang penulis ajukan antara lain:

1. Menambah cabang yang strategis di kota Bandung seperti: daerah Pasteur, atau diluar daerah contoh Indramayu, Cirebon.
2. Kendaraan yang akan disewakan, harus melakukan service secara berkala.
3. Tersedianya fasilitas pendukung dilokasi penyewaan, seperti tersediaannya pompa ban mobil, tempat penyucian mobil, dan garansi perawatan.

4. Karyawan sebaiknya berpenampilan baik rapi dengan menggunakan seragam.
5. Jaringan informasi pada saat penyewaan dan reservasi harus jelas, terus adanya komunikasi yang baik dan cepat antara pelanggan dan perusahaan.
6. Meningkatkan kredibilitas kerja karyawannya dengan dilakukannya training kepada karyawannya tentang *product knowledge*, dilakukan pelatihan kepada seluruh karyawan, agar seluruh karyawan dapat menangani pelanggannya cepat dan tepat, serta dapat lebih memahami keinginan pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **BUKU:**

- Nazir, Moh 2005. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang: Bayumedia.
- Zeithaml, Valarie, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2007. *Service Marketing*. McGraw-Hill International Edition.