


Hubungan Service Excellence dan Fasilitas Transportasi Bus dengan Tingkat Kepuasan Konsumen di PT Makmur Halmahera Medan

Ernita Rumenta Br. Sinaga¹, Aprinawati²

^{1,2} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan

ARTICLE INFO	ABSTRAK
<p>Article history: Received 01, Oct, 2025 Revised 12, Oct, 2025 Accepted 19, Oct, 2025</p> <p>Keywords: Customer Satisfaction Facilities Service Excellence</p>	<p>This study aims to analyze the relationship between service excellence and bus transportation facilities with customer satisfaction levels at PT Makmur Halmahera Medan. The research method used is quantitative with a survey approach. Primary data was obtained by distributing questionnaires to 110 respondents selected using purposive sampling, namely consumers who had used PT Makmur Halmahera Medan bus services at least twice in 2025. Data processing was carried out using SPSS software version 29. The analysis results show that simultaneously, service excellence and bus transportation facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction. Partially, service excellence has a significant effect with a beta value of 0.316 (sig. 0.000), while facilities have a more dominant effect with a beta value of 0.417 (sig. 0.000). These two variables together contribute 76.5% to customer satisfaction, while the remaining 23.5% is influenced by other factors outside the scope of this study. These findings emphasize the importance of improving service quality and bus transportation facilities in order to increase customer satisfaction.</p> <p><i>This is an open access article under the CC BY-NC license.</i></p> 

Corresponding Author:

Ernita Rumenta Br. Sinaga
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan,
Jalan Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate, Percut Sei Tuan, Sumatera Utara 20371. Indonesia
Email: ernitarumentasinaga@mhs.unimed.ac.id

1. PENDAHULUAN

Industri jasa transportasi merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat dalam era globalisasi di Indonesia. Industri jasa transportasi menyediakan jasa yang mengangkut orang dan barang dari satu tempat ke tempat lain (Sahputro & Setyaning, 2024). Menurut data (Badan Pusat Statistik, 2024), industri jasa transportasi menempati urutan kedua lapangan usaha dengan laju pertumbuhan tertinggi yaitu sebesar 9,56%, setelah jasa akomodasi sebagai posisi pertama yaitu sebesar 10,17%, kemudian diikuti jasa lainnya sebesar 8,85%, dan jasa kesehatan yaitu sebesar 8,56%. Industri lapangan usaha transportasi di Indonesia tumbuh sebesar 7,05 persen jika dibandingkan dengan triwulan I/2024. Kontribusi industri jasa transportasi dari triwulan I/2022 hingga triwulan II/2024 menunjukkan tren yang stabil dalam Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Industri jasa transportasi berperan krusial dalam meningkatkan mobilitas masyarakat sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial (Putri, 2022).

Moda transportasi terdiri dari transportasi darat, laut, dan udara yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat (Lyonda & Yamit, 2023). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), transportasi darat menunjukkan tren yang meningkat dibandingkan jenis transportasi lain. Temuan survei Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) pada periode Februari-April 2019 melibatkan 625

responden yang bertajuk “Preferensi Konsumen terhadap Layanan Moda Transportasi Darat Urban di Indonesia” mengungkapkan transportasi darat mampu memenuhi kebutuhan mobilitas konsumen sehingga semakin diminati oleh masyarakat. Empat jenis kendaraan transportasi darat yang menjadi pilihan konsumen berdasarkan hasil survei KKI yaitu ojek online, taksi, bus dan kereta rel listrik. Cunha (2024) menyebutkan bahwa dalam transportasi darat yang umumnya diminati oleh penumpang dalam banyak kasus dioperasikan oleh bus. Hal ini didukung oleh penelitian Aulia (2023) yang menyatakan minat masyarakat terhadap jasa transportasi bus sangat tinggi untuk tour atau melakukan perjalanan baik dalam kota maupun luar kota. Akhir-akhir ini, kemajuan teknologi dan fasilitas baru telah menjadikan bus sebagai salah satu alat transportasi umum yang paling banyak digunakan di daerah perkotaan (Kaitaro et al., 2024).

Medan merupakan salah satu dari kota di provinsi Sumatera Utara. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Medan (2025), Medan telah menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, perekonomian kota Medan tumbuh sebesar 4,71%, meningkat menjadi 5,04% pada tahun 2023, dan mencapai 5,07% pada tahun 2024. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang meningkat dan jumlah penduduk, pertumbuhan ini secara alami berdampak pada kegiatan ekonomi yaitu industri transportasi bus terkhususnya trayek Antar Kota Antar Provinsi (AKAP), yang menjadi tulang punggung mobilitas harian masyarakat (Purba et al., 2024). PT Makmur Halmahera adalah salah satu perusahaan jasa transportasi bus yang beroperasi di Medan, menyediakan layanan transportasi bus untuk berbagai rute, khususnya layanan bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP). Perusahaan ini dikenal dengan layanan yang andal dan telah menjadi pilihan bagi penumpang yang melakukan perjalanan dari Medan ke berbagai destinasi.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Makmur Halmahera Medan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari masing-masing karyawan. Adapun karyawan PT Makmur Halmahera Medan terdiri dari juru tiket, sopir, dan kernet. Juru tiket melayani pemesanan tiket dan memberikan informasi terkait perjalanan. Sopir bertugas mengemudi kendaraan dengan aman dan mengantarkan penumpang ke tujuan yang telah ditentukan. Sopir bukan hanya mengemudi, tetapi juga bertanggung jawab atas keselamatan penumpang selama perjalanan dan memastikan kendaraan dalam kondisi baik. Kernet memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung operasional kendaraan, terutama bus. Selain membantu sopir, mereka juga bertugas memberikan layanan langsung kepada penumpang. Kernet membantu dalam mengatur barang bawaan penumpang, mengelola tiket, serta memastikan kenyamanan penumpang selama perjalanan. PT Makmur Halmahera Medan menawarkan fasilitas bus sesuai dengan masing-masing tipe bus yang dibutuhkan oleh konsumen. Tipe bus yang dimiliki oleh PT Makmur Halmahera Medan terdiri dari non air conditioner/toilet (ekonomi), air conditioner/toilet, super vip, dan super executive. Dengan armada dan fasilitas yang ada, PT Makmur Halmahera berkomitmen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam setiap bisnis terkhususnya pada jasa transportasi bus PT Makmur Halmahera Medan. Ini adalah indikator kinerja bisnis karena dianggap sebagai titik awal keunggulan dan garis dasar bagi konsumen untuk mengandalkan bisnis jasa transportasi bus PT Makmur Halmahera Medan. Berdasarkan hasil wawancara bersama manajer PT Makmur Halmahera, diketahui jumlah konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus ini selalu berubah-ubah seiring kebutuhan konsumen, biasanya terjadi lonjakan yang tinggi saat perayaan hari besar dan terjadi penurunan di hari-hari biasa. Akan tetapi, berdasarkan ulasan Google terdapat beberapa keluhan konsumen PT Makmur Halmahera pada tahun 2023-2025 dengan kasus yang sama, khususnya mengenai pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT Makmur Halmahera Medan sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Adapun kasus ulasan yang paling banyak dikeluhkan adalah adanya indikasi penipuan tiket online yang mengatasnamakan perusahaan, karyawan masih kurang ramah, lingkungan bus yang kurang bersih, hingga kondisi fasilitas bus yang tidak memadai.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah pelayanan prima (Hardini & Digdowiseiso, 2023). Menurut Kusnandar & Andini (2024), pelayanan prima merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan atau organisasi tertentu untuk memberikan pelayanan maksimal dengan tujuan agar pelanggan atau masyarakat bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan. Pelayanan prima diartikan sebagai *service excellent*. Pelayanan

prima juga diartikan sebagai kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Rahma & Farida, 2024). Salah satu penelitian telah menyoroti pentingnya pelayanan prima dalam memengaruhi kepuasan konsumen yaitu penelitian Mardani et al., (2023) dengan judul Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Ekonomis terhadap Kepuasan Konsumen Bus Budiman dengan hasil penelitian menyatakan bahwa Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Bus Budiman. Namun, berbeda dengan penelitian Baiti et al., (2020), yang menyatakan bahwa pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan prima tidak selalu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Fasilitas yang memadai dan dirancang dengan baik dapat meningkatkan kenyamanan, persepsi kualitas, dan kepercayaan konsumen terhadap layanan, sehingga berdampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan (Tjiptono, 2019). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumempow et al., (2023) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swiss Belhotel Maleosan Manado dengan hasil penelitian Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Swiss Belhotel Maleosan. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas yang disediakan baik dan sesuai dengan harapan konsumen akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian Rayamajhi & Sejuwal (2024) yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pada uraian masalah dan inkonsistensi hasil penelitian tersebut, maka peneliti mengangkat judul penelitian yaitu “Hubungan Service Excellence dan Fasilitas Transportasi Bus dengan Tingkat Kepuasan Konsumen di PT Makmur Halmahera Medan”

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah pendekatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel-variabel tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Makmur Halmahera yang di mana jumlah konsumen tidak diketahui secara pasti dan sampel penelitian ini sebanyak 110 konsumen. Dalam teknik memilih sampel yang digunakan yaitu sampling purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara (interview), observasi (pengamatan), dan angket (kuesioner). Uji instrumen penelitian dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan analisis data menggunakan Uji asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda dan Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

PT Makmur Halmahera adalah perusahaan jasa yang beroperasi di Medan, menyediakan layanan transportasi bus untuk berbagai rute, khususnya layanan bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP). Pimpinan perusahaan ini adalah James Maja Philip Hutapea. PT Makmur Halmahera dulu dikenal dengan nama CV Makmur yang berdiri pada tahun 1959 dengan fokus rute lintas Sumatera, di antaranya jalur Medan–Riau dan rute terjauh Medan–Jambi. Visi PT Makmur Halmahera adalah sebagai pilot project layanan transportasi antar provinsi (dari dan menuju kota Medan). Misi PT Makmur Halmahera Medan adalah memberikan layanan transportasi terbaik bagi konsumen dengan mengedepankan aspek keselamatan, kecepatan, dan ketepatan waktu.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Bus yang Digunakan

Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Tipe Bus yang Digunakan

No.	Tipe Bus	Jumlah Responden	Persentase
1	Non AC/ Toilet	28 orang	25,45%
2	AC/Toilet	42 orang	38,18%
3	Super VIP	22 orang	20,00%
4	Super Executive	18 orang	16,36%
	Total	110 orang	100%

Sumber: Kuesioner yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1. dari 110 responden yang telah didapatkan, maka diperoleh mayoritas responden memilih layanan Non AC/Toilet dipilih oleh 28 orang (25,45%), kategori AC/Toilet dengan jumlah 42 orang (38,18%), selanjutnya kategori Super VIP digunakan oleh 22 orang (20,00%), sedangkan kategori Super Executive menempati posisi terakhir dengan 18 orang (16,36%). Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden lebih banyak menggunakan layanan AC/Toilet.

Uji Intrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Tabel 2. Pengujian Validitas Pelayanan Prima (X1)

No.	Pernyataan	Ringkasan Hasil Uji Validitas (X1)		Keterangan
		r_{hitung}	r_{tabel}	
1	1	0,905	0,361	Valid
2	2	0,903	0,361	Valid
3	3	0,882	0,361	Valid
4	4	0,898	0,361	Valid
5	5	0,898	0,361	Valid
6	6	0,883	0,361	Valid
7	7	0,868	0,361	Valid
8	8	0,932	0,361	Valid
9	9	0,854	0,361	Valid
10	10	0,896	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 29

Berdasarkan data pada tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada 10 item pernyataan pada variabel Pelayanan Prima (X1), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel Pelayanan Prima (X1) adalah valid.

Tabel 3. Pengujian Validitas Fasilitas (X2)

No.	Pernyataan	Ringkasan Hasil Uji Validitas (X2)		Keterangan
		r_{hitung}	r_{tabel}	
1	1	0,898	0,361	Valid
2	2	0,878	0,361	Valid
3	3	0,872	0,361	Valid
4	4	0,922	0,361	Valid
5	5	0,798	0,361	Valid
6	6	0,855	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 29

Berdasarkan data pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada 6 item pernyataan pada variabel Fasilitas (X2), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel Fasilitas (X2) adalah valid.

Tabel 4. Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	Ringkasan Hasil Uji Validitas (Y)		Keterangan
		r_{hitung}	r_{tabel}	
1	1	0,885	0,361	Valid
2	2	0,932	0,361	Valid
3	3	0,930	0,361	Valid
4	4	0,878	0,361	Valid
5	5	0,904	0,361	Valid
6	6	0,902	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 29

Berdasarkan data pada tabel 4., dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada 6 item pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y), sehingga diperoleh kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (X2) adalah valid.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Reliability Statistic		Keterangan
	Hasil Cronbach's Alpha	N of Items	
Pelayanan Prima (X1)	0,971	10	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,936	6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,954	6	Reliabel

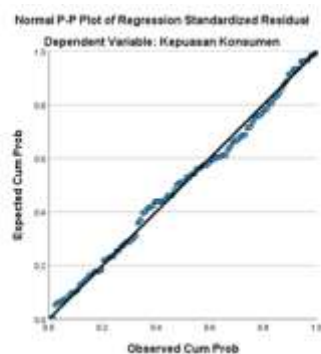
Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 29

Berdasarkan Tabel 5 mengenai perhitungan reliabilitas untuk variabel Pelayanan Prima (X1) diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971, Fasilitas (X2), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,936, dan Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,954 yang berarti seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

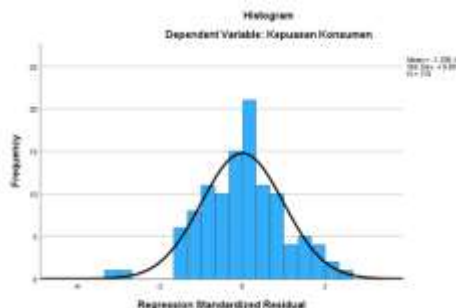
a. Grafik Normal P-Plot

**Gambar 1.** Grafik Normal P-Plot

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan gambar 1 hasil uji normalitas dengan grafik normal P-Plot, menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal.

b. Grafik Histogram



Gambar 2. Grafik Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan gambar 2 hasil uji normalitas dengan grafik histogram, menunjukkan bahwa distribusi residual membentuk pola menyerupai kurva normal (bell-shaped curve) dan mengikuti garis kurva normal. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal karena tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari bentuk distribusi normal.

c. Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N ^a		110
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19485884
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.048
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed) ^d		.200 ^e
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.701
	95% Confidence Interval	Lower Bound Upper Bound

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 298663523.

Gambar 3. Uji Kolmogorov-Smirnov

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan gambar 3 hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan Prima	.279	3.590
	Fasilitas	.279	3.590

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 4. Uji Multikolinearitas

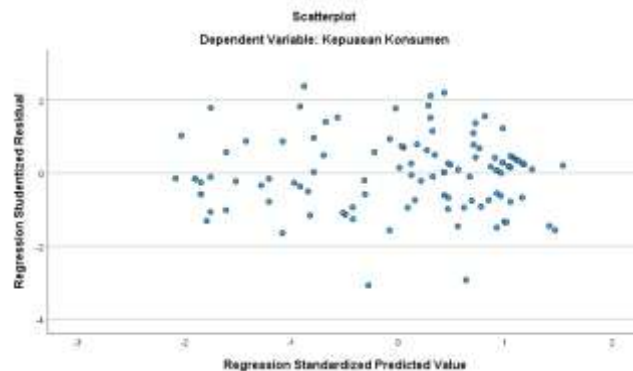
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan gambar 4 hasil uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa variabel Pelayanan Prima dan Fasilitas memiliki nilai Tolerance sebesar 0,279 (> 0,10) dan nilai VIF sebesar 3,590 (< 10). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Artinya, kedua

variabel independen tersebut dapat digunakan dalam model tanpa menimbulkan masalah korelasi tinggi antar variabel bebas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh menggunakan program SPSS versi 29.



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan gambar 5 hasil uji heteroskedastisitas pada scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu seperti menyempit, melebar, atau bergelombang. Pola penyebaran yang acak ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap nilai prediksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil analisis linear berganda yang dilakukan menggunakan SPSS versi 29.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.004	1.094		.918	.361
	Pelayanan Prima	.316	.056	.502	5.650	<.001
	Fasilitas	.417	.091	.407	4.590	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai konstanta (nilai a) sebesar -0,444, untuk variabel Pelayanan Prima (nilai β) sebesar 0,316, dan untuk variabel Fasilitas (nilai β) sebesar 0,417, sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,444 + 0,316 (X_1) + 0,417 (X_2) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas tersebut, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,004 mengindikasikan bahwa apabila variabel Pelayanan Prima (X1) dan Fasilitas (X2) bernilai nol atau tidak ada, maka Kepuasan Konsumen (Y) tetap berada pada nilai dasar sebesar 1,004. Artinya, tanpa adanya pengaruh dari kedua variabel bebas tersebut, kepuasan konsumen masih berada pada tingkat positif dasar.
2. Nilai beta sebesar 0,316 pada variabel Pelayanan Prima (X1) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Pelayanan Prima akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,316. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen adalah positif dan signifikan.

3. Nilai beta sebesar 0,417 pada variabel Fasilitas (X2) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,417. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen adalah positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil uji regresi, dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan Prima dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi kedua variabel yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Pelayanan Prima dan Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dapat diterima.

Uji Hipotesis

1) Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Hasil uji T pada penelitian ini dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.004	1.094		.918	.361
	Pelayanan Prima	.316	.056	.502	5.650	<.001
	Fasilitas	.417	.091	.407	4.590	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 7. Uji T

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan tabel 7, maka dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian Pengaruh Pelayanan Prima (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 29.0, sehingga didapatkan hasil nilai t_{hitung} sebesar 5,650 dan nilai sig 0,000. Hasil t_{hitung} untuk variabel Pelayanan Prima (X1) sebesar 5,650 dan tabel 1,982 maka dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,650 > 1,982$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan Prima (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Makmur Halmahera Medan.
2. Hasil Pengujian Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 29.0, sehingga didapatkan hasil nilai t_{hitung} sebesar 4,590 dan nilai sig 0,000. Hasil t_{hitung} untuk variabel Fasilitas (X2) sebesar 4,590 dan tabel 1,982 maka dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,590 > 1,982$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Makmur Halmahera Medan.

2) Uji F (Simultan)

Hasil uji T pada penelitian ini dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3622.696	2	1811.348	174.203	<.001 ^b
	Residual	1112.576	107	10.398		
	Total	4735.273	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pelayanan Prima

Gambar 8. Uji F

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan Tabel ANOVA, diperoleh nilai Fhitung sebesar 174,203 dengan nilai signifikansi Sig. < 0,001. Derajat kebebasan (df) untuk pembilang adalah $k = 2$ (jumlah variabel independen, yaitu Pelayanan Prima dan Fasilitas. Dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai F_{tabel} dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 107$ adalah 3,08. Karena $F_{\text{hitung}} (174,203) > F_{\text{tabel}} (3,08)$ dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang melibatkan variabel Pelayanan Prima (X1) dan Fasilitas (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

3) Koefisien Determinasi (R²)

Pengolahan data koefisien determinasi dengan SPSS V26 ditunjukkan sebagai berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.761	3.225

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Pelayanan Prima
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,765 dengan nilai Adjusted R² sebesar 0,761. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 76,5% variasi pada variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Pelayanan Prima dan Fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 23,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai Adjusted R² yang hampir sama dengan R² menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sudah cukup baik dan stabil dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Makmur Halmahera Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pelayanan Prima memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} 5,650 > 1,982$. Berdasarkan temuan dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai beta untuk variabel Pelayanan Prima (X1) adalah 0,316 (31,6%), yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Pelayanan Prima akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,316 (31,6%). Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong peningkatan kepuasan konsumen. Semakin optimal pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardani et al., (2023) yang menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT HS. Budiman 45 di Jawa Barat. Artinya, semakin baik pelayanan prima yang mencakup sikap ramah karyawan, ketepatan waktu, serta respons cepat terhadap kebutuhan konsumen, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

Pengaruh Fasilitas Bus Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Makmur Halmahera Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} 4,590 > 1,982$. Berdasarkan temuan dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai beta untuk variabel Fasilitas (X2) adalah 0,417 (41,7%), yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,417 (41,7%). Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Dengan fasilitas yang baik, konsumen merasa lebih nyaman dan aman dalam

menggunakan jasa, sehingga kepuasan mereka terhadap perusahaan juga berpotensi meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Kurniawan & Widodo, (2025) pada PT. Kramat Djati Asri Sejati yang membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan perusahaan sesuai dengan apa yang dijanjikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Pengaruh Pelayanan Prima dan Fasilitas Bus Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Makmur Halmahera Medan

Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa Pelayanan Prima (X1) dan Fasilitas (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil signifikansi untuk pengaruh Pelayanan Prima dan Fasilitas secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 174,203 > F_{tabel} 3,08$. Selain itu, nilai koefisien korelasi R-Square untuk koefisien determinasi sebesar 0,765 yang berarti pengaruh Pelayanan Prima dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 76,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan yaitu : Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Makmur Halmahera Medan, Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Makmur Halmahera Medan dan Pelayanan Prima dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Makmur Halmahera Medan. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran bagi PT Makmur Halmahera Medan disarankan untuk tetap menjaga kualitas pelayanan prima yang menjadi kekuatan utama perusahaan. Perhatian karyawan terhadap kebutuhan konsumen terbukti menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan, sehingga penting untuk mempertahankannya. Namun demikian, perusahaan juga perlu meningkatkan ketanggapan karyawan dalam merespons permintaan dan keluhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan langkah sederhana seperti memberikan pengarahan rutin, membuat standar waktu respon terhadap keluhan, dan menyediakan saluran komunikasi khusus (misalnya nomor layanan pelanggan) agar konsumen merasa lebih cepat ditanggapi. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan perhatian lebih pada kebersihan dan kenyamanan fasilitas bus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebersihan masih menjadi keluhan konsumen, sehingga perbaikan dapat dilakukan dengan cara praktis, seperti menetapkan jadwal pembersihan bus setiap selesai digunakan, menyediakan tempat sampah kecil di dalam bus, dan menugaskan petugas khusus yang memastikan bus dalam keadaan bersih sebelum keberangkatan. Dengan menjaga pelayanan yang ramah serta meningkatkan kenyamanan fasilitas dasar seperti kebersihan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas konsumen secara berkelanjutan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga tiket, citra perusahaan, atau faktor kenyamanan perjalanan secara keseluruhan.

REFERENSI

- Aulia, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Bus Pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. *Masip: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis Dan Publik Terapan*, 1(4), 53–83. <https://doi.org/10.59061/masip.v1i4.459>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2020-2024* (Vol. 7).
- Baiti, N., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Prima Dan Penetapan Harga Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen. *JIAGABI*, 9(1), 8–15.
- Cranford, S. W. (2020). Seven Seconds or Less: Buzzworthy Titles in the Era of MOFs and Tinder. *Matter*, 3(4), 965–967.
- Cronje, J. C. (2020). Designing Questions for Research Design and Design Research in e-Learning. *Electronic Journal of E-Learning*, 18(1), pp13-24.
- Cunha, I. C. M. da. (2024). Management of Excellence in A Cooperative of Urban Transport Operators. *Journal*

- of Interdisciplinary Debates*, 5(2). <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271428841>
- Fryer, L. K., & Dinsmore, D. L. (2020). The Promise and Pitfalls of Self-report: Development, research design and analysis issues, and multiple methods. *Frontline Learning Research*, 8(3), 1–9.
- Grieshaber, S. (2020). Equity and research design. In *Doing early childhood research* (pp. 177–191). Routledge.
- Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Impact of Service Excellence on Customer Satisfaction in Tax Service Offices: A Systematic Literature Review. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 776–784. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v6i2.765>
- Iyonda, M., & Yamit, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Daya Saing dan Kepuasan Pelanggan pada Biro Jasa Perjalanan M Trans Wonosobo. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(1), 169–177. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Kaitaro, K. K., Budiman, I. A., & Sahroni, T. R. (2024). Analysis and Assessment of Passenger Comfort Level in Sustainable Public Bus Transportation System. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1324(1), 012067. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1324/1/012067>
- Kusnandar, H. F., & Andini, D. (2024). *Buku Ajar Pelayanan Prima Di Era Digital* (N. Rismawati (ed.); 1st ed.). Widina Media Utama. www.freepik.com
- Mardani, I., R Oktini, D., & A R, M. M. (2023). Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Ekonomis terhadap Kepuasan Konsumen Bus Budiman. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.5871>
- Purba, H. N. B., Jumjuma, Nst, L. M., Novita, V., & Fitri, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Transportasi Bus Trans Metro Deli Kota Medan. *IJEN: Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 2(3), 420–427.
- Putri, N. I. P. (2022). Pengaruh Transportasi Umum terhadap Perkembangan Antar Wilayah Administrasi di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 8(1), 63–75. <https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmtbtl>
- Rahma, C. S., & Farida, L. (2024). The Influence of Product Quality, Price, Brand Image and Excellent Service on Consumer Satisfaction (Study on Aqua Products in Malang City). *AJEMB: American Journal of Economic and Management Business*, 3(7), 174–187.
- Sahputro, R. B., & Setyaning, A. N. A. (2024). Analysis of the Influence of Experiential Value and Relationship Quality on Customer Loyalty: A Case Study on RDM Tourism Bus. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(12), 94–115. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i121594>
- Saragih, M., & Novimariono, N. (2020). An Experimental Study of The Effectiveness PEOW MODEL Through Applying Quartet Card in Teaching English Writing. *Indonesian Journal of Education, Social Sciences and Research (IJESSR)*, 1(1), 32–40.
- Shu, K., Mahudeswaran, D., Wang, S., Lee, D., & Liu, H. (2020). Fakenewsnet: A data repository with news content, social context, and spatiotemporal information for studying fake news on social media. *Big Data*, 8(3), 171–188.
- van der Giesen, C., Cucurachi, S., Guinée, J., Kramer, G. J., & Tukker, A. (2020). A critical view on the current application of LCA for new technologies and recommendations for improved practice. *Journal of Cleaner Production*, 259, 120904.