



**PENGARUH PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM)
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TRAVEL CV. FLORES SIBOLGA**

Rezky Adhinata

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alwashliyah Sibolga/Tapanuli Tengah
adhinatar@gmail.com

Mhd. Shafwan Koto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alwashliyah Sibolga/Tapanuli Tengah
mhd.shafwankoto@gmail.com

Sriayu Arita Pangabean

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alwashliyah Sibolga/Tapanuli Tengah
ayuaritha93@gmail.com

***Abstract.** This study aims to determine the effect of whether there is an influence of the implementation of Total Quality Management (TQM) and service quality on customer satisfaction at Travel CV. Flores Sibolga. This research was conducted at Travel CV. Flores Sibolga The type of research used in this study is a type of quantitative descriptive research. From the results of the research analysis it can be seen that from the calculation of the research instrument, the results between the X and Y variables are obtained for each item which is declared valid because the total Corrceted item value is greater than the critical r value (0.30). From the calculation of the research data instrument, the results obtained between the variables X and Y are declared reliable because the Cronbach Alpha is above 0.60. From the normality test, all of them show that the distribution of the data does not violate the normality assumption, namely in the form of a bell and the data distribution is close to the diagonal line in the normal curve of the P-P Plot. There is an effect of the implementation of Total Quality Management (TQM) and service quality on customer satisfaction based on the calculation of the coefficient of determination of 68.9%, this means that what occurs in the variation of the dependent variable (service quality) of 68.9% is determined by the independent variable (Total Quality Management and service quality) and the remaining 31.1% is determined by other variables not discussed in this study, such as variables, infrastructure, price, location and others. From the hypothesis test obtained: Total Quality Management variable has a t statistic value of 6.190 and is greater than t table which is 2.030 ($6.190 > 2.030$) and Service quality variable has a t statistical value of 6.154 which is greater than t table which is 2.030 ($6.154 > 2.030$) which means the hypothesis proposed "accepted"*

Keywords: *Total Quality Management, Service Quality and Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh apakah ada pengaruh penerapan *Total Quality Management (TQM)* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Travel CV. Flores Sibolga. Penelitian ini dilakukan pada Travel CV. Flores Sibolga Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Dari hasil analisi penelitian dapat diketahui bahwa dari

perhitungan instrument penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y setiap butirnya dinyatakan valid karena nilai *Corrected item total* lebih besar dari nilai r kritis (0,30), Dari perhitungan instrument data penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* berada diatas 0,60. Dari uji normalitas, seluruhnya menunjukkan bahwa distribusi data tidak menyalahi asumsi normalitas yaitu berbentuk lonceng dan sebaran data dekat dengan garis diagonal dalam kurva normal P-P Plot. Terdapat pengaruh penerapan *Total Quality Management* (TQM) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 68,9 %, hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat (kualitas pelayanan) sebesar 68,9 % ditentukan oleh variabel bebas (*Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan) dan sisanya sebesar 31.1 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel, sarana prasarana, harga, lokasi dan lain-lain. Dari uji hipotesis diperoleh : Variabel *Total Quality Manajemen* memiliki nilai t statistik yaitu 6,190 dan lebih besar dari t tabel yaitu 2,030 ($6,190 > 2,030$) dan Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t statistik yaitu 6.154 lebih besar dari t tabel yaitu 2,030 ($6.154 > 2,030$) yang berarti hipotesis yang diajukan “**diterima**”

Kata Kunci : Total Quality Management, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen

LATAR BELAKANG

Setiap organisasi yang tumbuh semakin besar dan maju akan menghadapi persoalan mengenai organisasi dan manajemen yang rumit. Kegagalan suatu organisasi sesungguhnya merupakan gambaran kegagalan dalam mengorganisir dan memimpin suatu organisasi yang didasari oleh hubungan komunikasi yang tidak efektif. Pada dasarnya organisasi perusahaan merupakan institusi pencipta kekayaan (*wealth-creating institution*). Perusahaan harus terus berusaha mempertahankan kelangsungan usahanya di masa yang akan datang. Usaha-usaha yang dilakukan perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan. Kelangsungan usaha dapat terwujud jika barang atau jasa yang ditawarkan dapat diterima di pasar dan dapat menarik pangsa pasar. Untuk meraih pangsa pasar, perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam mempengaruhi minat belinya. Pemahaman akan perilaku konsumen ini memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi minat konsumen, sehingga mau membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan penerapan *Total Quality Management* (TQM) yang fungsinya sebagai usaha dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen yang diharapkan dapat mempengaruhi minat beli konsumen melalui peningkatan kepuasan konsumen. Banyak faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan berupa pemberian informasi yang benar dan akurat kepada konsumen, penetapan harga yang murah dan ekonomis, peningkatan kualitas dan kualitas sarana prasarana, kecepatan dalam memberikan pelayanan dan keramah tamahan petugas yang memberikan pelayanan. Bentuk bentuk pelayanan tersebut merupakan bagian dalam strategi manajemen perusahaan. Berdasarkan pengamatan sementara yang penulis lakukan, masih ditemukan adanya keluhan dari konsumen karena masih ditemukannya kiriman paket barang terlambat sampai, masih adanya ketidaksesuaian nomor bangku dengan nomor tiket penumpang dengan berbagai alasan dan masih adanya keterlambatan penjemputan untuk keberangkatan. Kesemuanya itu disinyalir dapat membuat konsumen

kurang terpuaskan dan untuk itu penerapan *Total Quality Management* (TQM) yang berorientasi membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan dan ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Menyadari pentingnya penerapan *Total Quality Management* (TQM) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut pada Travel CV. Flores Sibolga dengan pertimbangan melihat kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi darat yang semakin tinggi menjadikan peluang bisnis yang kompeten dan memiliki persaingan yang kompetitif. Travel CV. Flores Sibolga merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang angkutan transportasi yang ada di Kota Sibolga yang berorientasi sebagai penyedia pelayanan di bidang angkutan transportasi darat yang ikut mengalami persaingan, sehingga untuk dapat bertahan dan maju, Travel CV. Flores Sibolga harus dapat meningkatkan kepuasan konsumennya yang salah satunya melalui penerapan *Total Quality Management* (TQM) dan peningkatan kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang hasilnya disusun dalam bentuk usulan penelitian skripsi dengan judul : **Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Travel CV. Flores Sibolga.**

KAJIAN TEORITIS

Menurut **Sutrisno (2013:90)** *Total Quality Management* sebagai “Suatu sistem yang dilaksanakan dalam jangka panjang dan terus menerus untuk memuaskan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk”. Sedangkan menurut **Ishikawa (2016:15)** *Total Quality Management* adalah “Perpaduan semua fungsi dari perusahaan kedalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, produktivitas dan kepuasan pelanggan”. Menurut **Yamit (2013:8)** membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut **Irawan (2014:20)** kepuasan konsumen adalah “Respon pemenuhan dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang“. Sedangkan **Rahmayanti (2014:76)** menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan “Evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen“.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif kuantitatif, karena metode penelitian ini mempunyai tujuan memperoleh informasi dengan membuat gambaran atau diskripsi tentang apa yang ada atau sedang terjadi. Penelitian ini dilakukan pada Travel CV. Flores Sibolga. Penelitian dilakukan pada bulan April 2022 sampai dengan bulan September 2022. Untuk penelitian ini populasi berjumlah 100 orang. Populasi diambil dari seluruh konsumen pengguna jasa transportasi Travel CV. Flores Sibolga rata rata setiap harinya. Berdasarkan Rumus Slovin di atas, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian ini adalah :

$$n = N / (1 + (100 \times 0,1))$$

$$n = 100 / (1 + (100 \times 0,01))$$

$$n = 100 / (1+1)$$

$$n = 100 / 2$$

$$n = 50$$

Maka besar sampel pada penelitian ini sebanyak 50 orang

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan yaitu dengan cara mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Kuesioner

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil observasi dan wawancara

Hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan berdasarkan judul penelitian tentang upaya peningkatan kualitas pelayanan ditinjau dari aspek *Total Quality Manajemen* pada Travel PT. Flores Sibolga, sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan teori kepustakaan. adapun upaya yang dilakukan PT. Flores Sibolga sebagai berikut :

- a. PT. Flores Sibolga terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan peremajaan armada transportasi yang merupakan salah satu tuntutan dari *Total Quality Manajemen* yang menginginkan armada transportasi yang berkualitas.
- b. PT. Flores Sibolga terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan penambahan sarana prasarana dan petugas pelayanan, hal tersebut merupakan salah satu tuntutan dari *Total Quality Manajemen* yang menginginkan pelayanan yang cepat.
- c. PT. Flores Sibolga terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan penambahan rute daerah tujuan pengangkutan, hal tersebut merupakan salah satu tuntutan dari *Total Quality Manajemen* yang menginginkan banyaknya rute yang dilayani.

- 1) Tabulasi data jawaban responden variabel X

Dari data tabel 4.7, dapat diketahui bahwa variable X (*Total Quality Manajemen*) berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,54.

- 2) Tabulasi data jawaban responden variabel X₂

Dari data tabel 4.9, dapat diketahui bahwa variable X₂ (kualitas pelayanan) berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,58

- 3) Tabulasi data jawaban responden variabel Y

Dari data tabel 4.11, dapat diketahui bahwa variable Y (kepuasan konsumen) berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,60

b. Analisis Pengujian Data Penelitian

1) Uji Instrument Penelitian

a) Uji Validitas

Tabel. 4.12
Item Total Statistik validitas variabel X₁

Quiz	Corrected Item-Total Correlation	r kritis	Ket
VAR00001	0.396	0,300	Valid

VAR00002	0.680	0,300	Valid
VAR00003	0.585	0,300	Valid
VAR00004	0.522	0,300	Valid
VAR00005	0.539	0,300	Valid
VAR00006	0.429	0,300	Valid
VAR00007	0.345	0,300	Valid
VAR00008	0.579	0,300	Valid
VAR00009	0.653	0,300	Valid
VAR00010	0.407	0,300	Valid
VAR00011	0.450	0,300	Valid
VAR00012	0.595	0,300	Valid
VAR00013	0.495	0,300	Valid
VAR00014	0.561	0,300	Valid
VAR00015	0.547	0,300	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Tabel. 4.13

Item-Total Statistik validitas variabel X₂

Quiz	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r kritis	Ket
VAR00001	0.743	0,300	Valid
VAR00002	0.526	0,300	Valid
VAR00003	0.658	0,300	Valid
VAR00004	0.452	0,300	Valid
VAR00005	0.670	0,300	Valid
VAR00006	0.562	0,300	Valid
VAR00007	0.720	0,300	Valid
VAR00008	0.465	0,300	Valid
VAR00009	0.388	0,300	Valid
VAR00010	0.421	0,300	Valid
VAR00011	0.589	0,300	Valid
VAR00012	0.723	0,300	Valid
VAR00013	0.417	0,300	Valid
VAR00014	0.565	0,300	Valid
VAR00015	0.592	0,300	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS, 20202

Hasil uji validitas pada seluruh butir pertanyaan yang terdapat pada variable Y (kualitas pelayanan) yang ditunjukkan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item bernilai lebih besar dari 0,300 yang berarti seluruh butir pertanyaan adalah valid

Kemudian, adapun *ouput* dari pengujian validitas untuk variabel Y (kepuasan konsumen) yang diteliti dengan menggunakan korelasi *pearson's product moment* (r) dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya, sebagai berikut :

Tabel. 4.14

Item-Total Statistik validitas variabel Y

Quiz	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r kritis	Ket
VAR00001	0.512	0,300	Valid
VAR00002	0.562	0,300	Valid
VAR00003	0.438	0,300	Valid
VAR00004	0.530	0,300	Valid
VAR00005	0.511	0,300	Valid
VAR00006	0.614	0,300	Valid
VAR00007	0.323	0,300	Valid
VAR00008	0.549	0,300	Valid
VAR00009	0.334	0,300	Valid
VAR00010	0.447	0,300	Valid
VAR00011	0.741	0,300	Valid
VAR00012	0.709	0,300	Valid
VAR00013	0.600	0,300	Valid
VAR00014	0.654	0,300	Valid
VAR00015	0.433	0,300	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS, 20202

Hasil uji validitas pada seluruh butir pertanyaan yang terdapat pada variable Y (kepuasan konsumen) yang ditunjukkan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item bernilai lebih besar dari 0,300 yang berarti seluruh butir pertanyaan adalah valid

b) Uji Reliabilitas

Tabel. 4.15
Hasil pengolahan data uji reliabilitas

No.	Variabel	Reliability Statistics		
		Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1.	<i>Total Quality Manajemen</i>	0,855	15	Reliabel
2.	Kualitas pelayanan	0,884	15	Reliabel
3.	Kepuasan konsumen	0,870	15	Reliabel

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

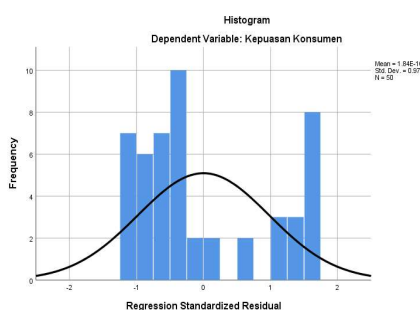
Berdasarkan data tabel diatas, nilai reliabilitas ditunjukkan pada kolom *Cronbach's Alpha*, sebesar 0,945 untuk variabel X₁ (*Total Quality Manajemen*) sebesar 0,855, untuk variabel X₂ (kualitas pelayanan) sebesar 0,884, untuk variable Y (kepuasan konsumen) sebesar 0,870 dan ini lebih besar dari 0,6 yang berarti seluruh butir pertanyaan variabel X₁ (*Total Quality Manajemen*), variabel X₂ (kualitas pelayanan) dan variable Y (kepuasan konsumen) dinyatakan reliabel.

Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas, diketahui bahwa seluruh kuesioner pada variabel X (*Total Quality Manajemen*) dan variabel Y (kualitas pelayanan) ternyata valid dan reliabel, sehingga seluruh kuesioner dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

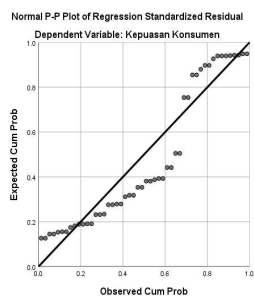
Gambar 4.2
Grafik Histogram



Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Grafik Histogram menunjukkan bahwa distribusi data tidak menyalahi asumsi normalitas yaitu berbentuk lonceng sehingga grafik histogram untuk variabel *Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan dapat disimpulkan normal.

Gambar 4.3
Grafik P-P Plot



Dari grafik Grafik P-P Plot di atas, dapat terlihat sebaran data dekat dengan garis diagonal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 4.16
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	86.086	34.396		2.503	.016		
TQM	.271	1.130	.497	2.010	.050	.319	3.135
Kualitas Pelayanan	.962	1.025	.473	1.914	.062	.319	3.135

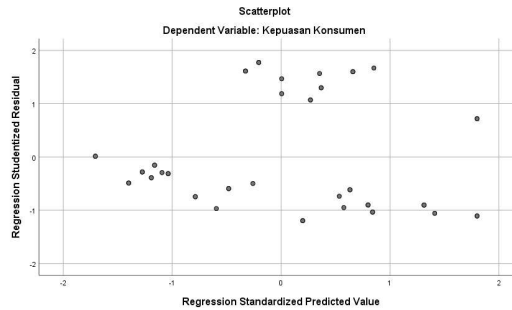
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10, maka dapat disimpulkan pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen

c) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.4

Grafik Scatterplot



Berdasarkan Gambar 4.4, penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

d. Uji Analisis Data

a) Koefisien Determinasi

Tabel. 4.17
Output Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.288 ^a	.830	.044	25.21786	2.832

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, TQM

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Dari data tabel 4.17 di atas, dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,830 = 68,9 %, hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat (kualitas pelayanan) sebesar 68,9 % ditentukan oleh variabel bebas (*Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan) dan sisanya sebesar 31.1 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel, sarana prasarana, harga, lokasi dan lain-lain.

c) Regresi Linear Sederhana

Tabel. 4.18
Output Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	86.086	34.396		2.503	.016		
TQM	.271	1.130	.497	2.010	.050	.319	3.135
Kualitas Pelayanan	.962	1.025	.473	1.914	.062	.319	3.135

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Dari data tabel 4.18 diatas dapat diperoleh persamaan garis regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 86.086 + 0,271 + 0,962 X$, hal ini berarti bahwa terjadi pengaruh variabel terikat (kepuasan konsumen) ditentukan oleh variabel bebas (*Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan) dengan koefisien regresi sebesar 0,271 dan 0,962 dimana apabila ditambahkan satu satuan variabel X (*Total Quality*

Manajemen dan kualitas pelayanan) atau nilai tertentu maka variabel Y (kepuasan konsumen) akan ikut bertambah dikalikan dengan nilai tertentu tersebut.

g Uji Hipotesis

Tabel. 4.19
Output t hitung
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	86.086	34.396		2.503	.016		
TQM	.271	1.130	.497	2.010	.050	.319	3.135
Kualitas Pelayanan	.962	1.025	.473	1.914	.062	.319	3.135

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.19, maka dapat diketahui :

1. Variabel *Total Quality Manajemen* memiliki nilai t statistik yaitu 6,190 dan lebih besar dari ttabel yaitu 2,030 ($6,190 > 2,030$). Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Total Quality Manajemen* terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t statistik yaitu 6.154 lebih besar dari tabel yaitu 2,030 ($6.154 > 2,030$). Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Dari perhitungan instrument penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y setiap butirnya dinyatakan valid karena nilai *Corrcted item total* lebih besar dari nilai r kritis (0,30).
2. Dari perhitungan instrument data penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* berada diatas 0,60.
3. Dari uji normalitas, seluruhnya menunjukkan bahwa distribusi data tidak menyalahi asumsi normalitas yaitu berbentuk lonceng dan sebaran data dekat dengan garis diagonal dalam kurva normal P-P Plot.
4. Dari persamaan garis regresi linier berganda diperoleh $Y = 86.086 + 0,271 + 0,962 X$, hal ini berarti bahwa terjadi pengaruh variabel terikat (kepuasan konsumen) ditentukan oleh variabel bebas (*Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan) dengan koefisien regresi sebesar 0,271 dan 0,962 dimana apabila ditambahkan satu satuan variabel X (*Total Quality Manajemen* dan kualitas pelayanan) atau nilai tertentu maka variabel Y (kepuasan konsumen) akan ikut bertambah dikalikan dengan nilai tertentu tersebut.
5. Dari uji hipotesis diperoleh bahwa variabel *Total Quality Manajemen* memiliki nilai t statistik yaitu 6,190 dan lebih besar dari ttabel yaitu 2,030 ($6,190 > 2,030$) dan Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t statistik yaitu 6.154 lebih besar dari tabel yaitu 2,030 ($6.154 > 2,030$). Hal ini berarti terdapat pengaruh positif. Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan hipotesisi yang diajukan dalam penelitian ini “**diterima**”

SARAN

1. Untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen, hendaknya perlu diadakan penambahan sarana prasarana seperti menyediakan area wifi agar penumpang yang menunggu keberangkatan dapat tenang dan nyaman.
2. Agar kepuasan konsumen terus terjaga, komunikasi dengan konsumen terus dijalin dengan baik
3. Agar kepuasan konsumen dapat terus meningkat, hendaknya ruang tunggu penumpang disediakan kantin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2012). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabet.
- Amsyah, Zulkifli. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Gramedia. Pustaka Utama.
- Arta, Nyoman. (2015). *Perilaku dan Manajemen Organisasi Dalam Bisnis*. Jakarta : Erlangga.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, edisi pertama. Jakarta : Raja Grafindo.
- Dantes, Nyoman. (2012). *Metode penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Fajar dan Heru. (2012). *Meraih Keunggulan Persaingan Bisnis*, Jakarta : Erlangga.
- Gozali, Imam. (2016). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Irawan. (2014). *Perilaku Konsumen*, Jakarta : UI-Press.
- Ishikawa. (2016). *Perilaku Industri dan Organisasi*, Jakarta : UI-Press.
- Kasmir. (2013). *Kualitas Sektor Bisnis*: Yogyakarta : Global.
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Principles Of Marketing*. 13 Edition. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan Jakarta : PT Indeks.
- Krismoaji (2015). Pengaruh penerapan strategi *Total Quality Management (TQM)* dan pelayanan prima terhadap kinerja organisasi pada PT. Pasena Lampung. Karya Ilmiah, Medan : USU Pers.
- Kusnanto. (2012). *Customer Service*, Jakarta : Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Kusuma Admadja (2013). Peningkatan kepuasan konsumen ditinjau dari penerapan *Customer Relation Manajemen (CRM)* dan kualitas layanan pada CV. Brahma Nusantara Lampung. Karya Ilmiah, Medan : USU Pers.
- Nasution, M. (2013). *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nooria. (2014). *Pengaruh Persepsi Kualitas Jasa Pelayanan*. Surakarta : Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah.
- Rahmayanti, Nina. (2014). *Manajemen Pelayanan Prima (Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sangadji dan Sopiah, (2013) *Perilaku Konsumen*, : Yogyakarta Andi.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta : Kencana.
- Stanton, William. (2014). *Management Pemasaran Modern*. Jakarta : Grasindo Persada.
- STIE Al - Washliyah Sibolga / Tapanuli Tengah,(2022), *Pedoman Penulisan dan Penyusunan Skripsi / Laporan Penelitian* . Sibolga : STIE Al- Washliyah Sibolga/ Tapanuli Tengah.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan ke enam belas, Bandung : Alfabeta.

- (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2012). *Statistik, Teori dan Aplikasi*, Jilid II, Edisi III, Jakarta : Erlangga
- Sutrisno. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta : Andi.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kualitas Sektor Bisnis*: Yogyakarta : Global.
- Yamit, Zulian. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonesia
- Zainal dan Basri. (2015). *Strategi Pemasaran Untuk Meraih Keunggulan Bersaing*. Edisi pertaman, Yogyakarta : UPP.