

Pengaruh Kecepatan Layanan dan Harga Sewa Bus terhadap Kepuasan Konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk

Rohmat Abidin^{a*}, Abdul Haris^b, Mutinda Teguh^c

^{a,b,c} Universitas Panca Marga,
email: rohmatabin6@gmail.com*

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 20 Mei 2025

Revised : 17 Juni 2025

Accepted : 25 Juni 2025

Keywords:

Service Speed, Bus Rental Price, Consumer Satisfaction

Kata Kunci:

Kecepatan Layanan, Harga Sewa Bus, Kepuasan Konsumen

DOI: 10.62335

ABSTRACT

The research was conducted at PT. Putra Handayani Trans Nganjuk with the aim of finding out the effect of service speed on consumer satisfaction, the effect of bus rental prices on consumer satisfaction, and the effect of service speed and bus rental prices on consumer satisfaction. The type of research is in the form of quantitative research with a causal associative approach, the variables used consist of service speed, bus rental prices, and consumer satisfaction. The sample used was 45 bus renters. The research data analysis method is a quantitative descriptive method using statistics in the form of multiple regression analysis previously tested for validity, validity and sufficiency of data with validity, reliability, classical assumption test, and hypothesis test. The results of the research show that the speed of service has a significant effect on consumer satisfaction, the price of bus rental has a significant effect on consumer satisfaction, the speed of service and the price of bus rental simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. To predict the level of consumer satisfaction, PT Putra Handayani Trans Nganjuk can look at the speed of service, bus rental prices.

ABSTRAK

Penelitian dilakukan pada PT. Putra Handayani Trans Nganjuk dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kecepatan layanan terhadap kepuasan keonsumen, pengaruh harga sewa bus terhadap kepuasan konsumen, dan pengaruh kecepatan layanan dan harga sewa bus terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian berupa penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, variabel yang digunakan terdiri atas kecepatan layanan, harga sewa bus, dan kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan sebanyak 45 orang penyewa bus. Metode analisis data penelitian yaitu metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistik berupa analisis regresi berganda sebelumnya diuji kevalidan, keabsahan dan kecukupan data dengan uji

validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga sewa bus berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kecepatan layanan dan harga sewa bus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk memprediksi tingkat kepuasan konsumen PT Putra Handayani Trans Nganjuk dapat melihat dari segi kecepatan layanan, harga sewa bus.

LATAR BELAKANG

Salah satu perusahaan transportasi yang beroperasi di Jawa Timur adalah PT. Putra Handayani Trans Nganjuk. Dari survey awal perusahaan berhasil menarik perhatian konsumen pada bulan Februari 65 konsumen dan Maret 2025 sebanyak 73 konsumen, mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Jumlah pengguna jasa yang stabil setiap bulan menunjukkan bahwa PT. Putra Handayani Trans Nganjuk merupakan salah satu perusahaan otobus (PO) yang diminati konsumen. PT. Putra Handayani Trans Nganjuk menyadari bahwa pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kepuasan seseorang untuk tetap menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks sehingga dipengaruhi banyak faktor. Selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan juga harus mempunyai beberapa kelebihan seperti menetapkan standar kualitas yang memuaskan bagi konsumen, dapat memenuhi apa yang menjadi harapan para konsumen, sehingga para konsumen akan tetap menggunakan produk jasa tersebut. Dalam upaya mempertahankan konsumen PT. Putra Handayani Trans Nganjuk sudah melakukan berbagai upaya. Untuk itu pada dilakukan fakta-fakta apa yang dapat menjadi kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan perusahaan bis. Kepuasan konsumen menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam konsumen yaitu konsumen baru dan konsumen lama. Oleh karena itu, mempertahankan konsumen adalah lebih penting dari pada menarik konsumen baru. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan persepsi harga.

Kecepatan pelayanan terdapat di dalam kualitas pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. Kecepatan pada dasarnya berarti sebuah satuan dari pergerakan yang dilakukan oleh seseorang atau suatu hal. Sementara layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan (Tjiptono, 2017).

Persepsi atas harga sangat menentukan kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa, karena besarnya tarif yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh konsumen. Semakin tingginya tarif akan mengakibatkan penumpang harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa angkutan, demikian sebaliknya apabila tarif semakin rendah maka konsumen cenderung memanfaatkan sarana transportasi tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. Harga adalah

sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (I Made Adi Juniantara & Tjokorda Gde Raka Sukawati, 2018)

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kecepatan Pelayanan

Kecepatan pada umumnya menjadi indikator dari kualitas pelayanan yang kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kecepatan yang dimaksud adalah rentang waktu yang yang diperlukan oleh seseorang dalam mengerjakan semua kewajibannya namun tetap memperhatikan hasil yang didapatkan. Kecepatan pelayanan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. (Titin Dwi Jayanti, 2022)

Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang ditawarkan penjual kepada pembeli dengan kesepakatan Bersama (Leon G. Schiffman, 2019). Setiap konsumen memiliki batas harga masing-masing, persepsi mereka mengenai harga, ketika harga rendah menandakan kualitas buruk atau tidak baik dan ketika harga tinggi dianggap terlalu mahal karna tidak sebanding antara harga dan manfaat yang diperoleh. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan sebagai dasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari beberapa produk kombinasi yang dibutuhkan dan sekaligus pelayanan yang terdapat di dalamnya (Junaidi dkk., 2022).

Kepuasan Konsumen

“Kepuasan ialah sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan” (FANDY TJIPTONO & GREGORIUS CHANDRA, 2016). Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah kinerja produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya, sedangkan Mowen merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik (Fandy Tjiptono, 2016).

H1 : Diduga kecepatan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.

H2 : Diduga harga sewa bus berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.

H3 : Diduga kecepatan layanan dan harga sewa bus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk..

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan diskriptif kuantitatif. Dikatakan diskriptif kuantitatif sebab pendekatan yang digunakan di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun kelapangan, analisa data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus, dan kepastian data numerik. Selain itu juga ada penjelasan-penjelasan diskripsi dari hasil perhitungan untuk menunjang hasil penelitian. Metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik berupa pendekatan asosiatif kausal.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menyewa bus pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk pada bulan 10 April – 9 Mei 2025 yang diketahui sebanyak 47 orang penyewa.

Teknik pengambilan sampelnya yaitu teknik Sampling jenuh dengan sampel yang digunakan yaitu 47 orang penyewa bus pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk, tetapi sampel yang digunakan sebanyak 45 orang dan terdapat 2 orang yang tidak mengisi data kuesioner.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data diolah menggunakan statistik, dan dalam pengolahannya dengan Statistical Packages for Social Science (SPSS) v.26.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Hasil pengujian validitas untuk variabel penggunaan kecepatan layanan, harga sewa bus dan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Item	Item Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
Kecepatan Layanan (X ₁)				
1	X1.1	0,859	0,304	Valid
2	X1.2	0,826	0,304	Valid
3	X1.3	0,500	0,304	Valid
Harga Sewa Bus (X ₂)				
4	X2.1	0,850	0,304	Valid
5	X2.2	0,613	0,304	Valid
6	X2.3	0,809	0,304	Valid
7	X2.4	0,839	0,304	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)				
8	Y.1	0,774	0,304	Valid
9	Y.2	0,811	0,304	Valid
10	Y.3	0,752	0,304	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam indikator dari masing-masing variabel kecepatan layanan, harga sewa bus dan kepuasan konsumen mempunyai nilai koefisien korelasi (r) lebih besar dari 0,304 (syarat valid untuk $r_{\text{tabel}} n - 2 = 45 - 2 = 43$), semua item pernyataan dalam kategori valid dan dapat digunakan untuk analisis data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Kecepatan Layanan (X ₁)	0,764	0,70	Reliabel
Harga Sewa Bus (X ₂)	0,800	0,70	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,769	0,70	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel kecepatan layanan (X₁) sebesar 0,764, harga sewa bus (X₂) sebesar 0,800, dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,769 semua lebih besar dari standar 0,70 dengan demikian semua instrumen yang digunakan bersifat reliabel, dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,75727647
Most Extreme Differences	Absolute	0,102
	Positive	0,089
	Negative	-0,102
Test Statistic		0,102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari Tabel 3 terlihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa residual dengan penggunaan variabel terikat telah memenuhi asumsi distribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kecepatan Layanan (X_1)	0,507	1,973
Harga Se wa Bus (X_2)	0,507	1,973

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari hasil uji multikolineritas pada Tabel 13 dapat diketahui bahwa variabel kecepatan layanan dan harga sewa bus keduanya dengan nilai tolerance 0,507 lebih besar dari 0,10 dengan *Varian Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Correlation Coefficient	Sig. (2-tailed)
Kec eptan Layanan (X ₁)	0,010	0,950
Harga Se wa Bus (X ₂)	0,019	0,901

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa korelasi antara variabel kecepatan layanan (X₁) dan residualnya dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,950, variabel harga sewa bus (X₂) dan residualnya dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,901, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.770 ^a	0,592	0,573	0,775	2,081

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil uji autokorelasi diketahui bahwa nilai Durbin–Watson sebesar 2,081, karena nilai DW tes ini berkisar antara $4 - d < d < 4$ (1,61482 sampai 2,38518) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi.

3. Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant) 5,405	1,192		4,535	0,000
	X ₁ 0,267	0,122	0,302	2,184	0,035
	X ₂ 0,285	0,075	0,527	3,807	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari Tabel 7 tersebut persamaan regresi berganda yang diperoleh yaitu

$$Y = 5,405 + 0,267X_1 + 0,285X_2 + e$$

4. Analisis Determinasi

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	0,592	0,573	0,775

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dari tabel 17 nilai R square sebesar 0,592, menunjukkan bahwa kontribusi kecepatan layanan dan harga sewa bus sebesar 59,20% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sebesar 40,80% besarnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti saat ini.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	5,405	1,192		4,535	0,000
	X ₁	0,267	0,122	0,302	2,184	0,035
	X ₂	0,285	0,075	0,527	3,807	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial membuktikan bahwa :

- Kecepatan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk
- Harga sewa bus berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10 Hasil Uji Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	36,679	2	18,339	30,526	.000 ^b
Residual	25,233	42	0,601		
Total	61,911	44			

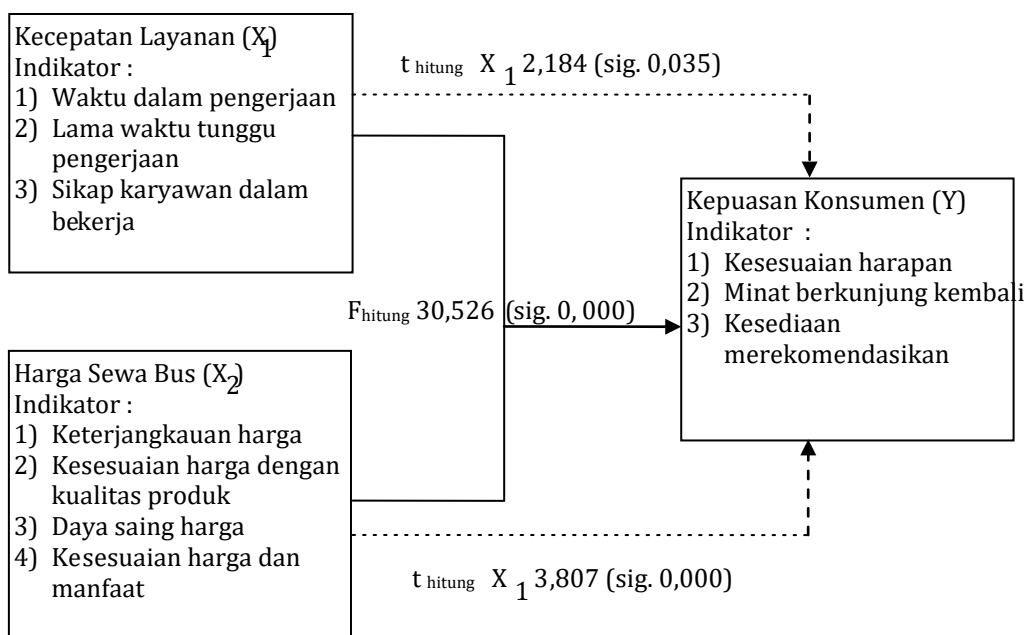
- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan kriteria pengujian secara simultan membuktikan bahwa “Kecepatan layanan dan harga sewa bus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk”

Pembahasan

1. Nilai atau angka-angka hasil penelitian



Keterangan :
 -----> Pengaruh Parsial
 —————> Pengaruh Simultan

Gambar 1. Kerangka Hasil Penelitian

Sumber : Data diolah, 2025

2. Pengaruh Kecepatan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa kecepatan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai kecepatan layanan, semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Peningkatan dalam kecepatan layanan secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk. Secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kecepatan layanan karyawan bus pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk karena dengan segera melayani konsumen yang mengajukan sewa bus, konsumen tidak menunggu lama untuk mendapatkan bus sesuai yang dibutuhkan. Kecepatan layanan tidak hanya dilihat dari segi waktu respons, tetapi juga dari kemampuan komunikasi yang efektif dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, konsumen juga mendapat pelayanan yang baik dan ramah dari karyawan bus pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kecepatan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Akbar & Wadud, 2024). Selain itu juga sejalan dengan pernyataan hasil penelitian kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Mardani Setiawan & Marsi Fella Rizki, 2025). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian ini konsisten dengan kedua hasil penelitian sebelumnya, yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif antara kecepatan layanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Harga Sewa Bus Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji parsial menunjukkan bahwa harga sewa bus berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini dapat diartikan semakin meningkatnya harga yang kompetitif maka akan semakin meningkatnya kepuasan konsumen, konsumen memberikan penilaian terhadap harga yang diberikan sesuai dengan kualitas dari bus yang disewa sehingga konsumen merasa puas. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Kasino, 2018). Harga yang ditentukan perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti penentuan harga yang stabil dan terjangkau akan membuat konsumen tetap setia menggunakan jasa sewa bus.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga yang sesuai dengan pelayanan yang didapatkan konsumen selama menggunakan jasa transportasi (Mardani Setiawan & Marsi Fella Rizki, 2025). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga harga yang bersaing dan meningkatkan pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen, yang dapat berkontribusi pada pemeliharaan pangsa pasar dan loyalitas konsumen.

4. Pengaruh Kecepatan Layanan dan Harga Sewa Bus Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kecepatan layanan dan harga secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa bila kecepatan layanan dan harga sewa bus yang kompetitif sesuai kualitas bus yang disewa maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Temuan tersebut juga relevan dengan fakta empiris bahwa harga tak selamanya merupakan faktor yang

menentukan kepuasan konsumen, konsumen menunjukkan kecenderungan untuk tidak sepenuhnya bergantung pada pertimbangan harga dalam menilai kepuasan mereka terhadap suatu layanan. Konsumen juga mempertimbangkan aspek kualitas, pengalaman, dan nilai tambah dibandingkan sekadar nominal harga yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kecepatan layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, konsumen cenderung mencari produk yang memberikan pengalaman unik dan memenuhi kebutuhan fungsional serta emosional mereka, bahkan jika mesti mengeluarkan dana lebih besar. Konsumen berkecenderungan merasakan kepuasan saat mereka memakai jasa dari perusahaan yang mereknya mereka anggap terpercaya dan memiliki reputasi baik di pasar (Mardani Setiawan & Marsi Fella Rizki, 2025), dan sejalan dengan penelitian bahwa kecepatan layanan dan harga sewa terhadap kepuasan konsumen (Tambunan dkk., 2023). Penting bagi perusahaan untuk menjaga harga yang bersaing dan meningkatkan pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan juga perlu memahami bahwa strategi penetapan harga tidak lagi efektif sebagai satu-satunya metode untuk menarik minat dan menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus fokus pada pengembangan nilai produk, kualitas layanan, dan pengalaman unik yang dapat membedakan dari kompetitor.

PENUTUP / KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Terbukti bahwa kecepatan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.
2. Terbukti bahwa harga sewa bus berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.
3. Terbukti bahwa kecepatan layanan dan harga sewa bus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, A., & Wadud, M. (2024). Pengaruh Kecepatan Dan Keandalan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kinerja Karyawan Dalam Menggunakan Jasa Keagenan Pada PT Bukit Prima Bahari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5138–5154.

Fandy Tjiptono. (2016). *Manajemen Jasa*. Andi.

FANDY TJIPTONO, & GREGORIUS CHANDRA. (2016). *SERVICE, QUALITY DAN SATISFACTION : EDISI 4* (4th ed.). Andi.

I Made Adi Juniantara, & Tjokorda Gde Raka Sukawati. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11).

Junaidi, J., Hermawan, D. J., Elmas, M. S. H., & Priantono, S. (2022). PENGARUH PRODUCT QUALITY AND

PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SERAGAM SEKOLAH UD.JAYA ABADI. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(03), 664–672. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i03.1075>

Kasino. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pekayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Mitra Tour & Travel Sidoarjo. *JEB17: Journal of Economics and Business*, 3, 623–642.

Leon G. Schiffman. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson.

Mardani Setiawan, & Marsi Fella Rizki. (2025). PENGARUH HARGA SEWA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PO KENSYA TRANS. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(1), 709–722. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1384>

Tambunan, F., Br Purba, M. L., & Tambunan, E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV. Makmur. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(2), 870–876. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1956>

Titin Dwi Jayanti. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KECEPATAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UD. KUKUH MATERIAL DI SAMPIT. *E-Jurnal Surplus (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 2(1), 90–99.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Andi.