

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi online merupakan jenis transportasi yang memanfaatkan teknologi berbasis aplikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mempengaruhi gaya hidup masyarakat di Indonesia. Bahkan masyarakat Indonesia menganggap internet sebagai gaya hidup. Hal ini membuat para pelaku bisnis dalam bidang jasa berlomba untuk memperkenalkan produk atau jasanya dikenal masyarakat secara luas melalui internet. Berdasarkan laporan Sekretaris Jenderal Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun (2021) sebanyak 73,7% penduduk Indonesia menggunakan Internet. Penggunaan internet mengakibatkan perubahan perilaku sosial masyarakat yang menginginkan semua serba cepat dan mudah.

Globalisasi dan perdagangan global merupakan suatu hal yang tidak terelakan dari kemajuan teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan pesat telah mengaburkan batas-batas wilayah dapat terhubung dengan wilayah lainnya dalam satu waktu yang sama². Salah satu dampak yang dirasakan dalam penggunaan internet yaitu jasa transportasi. Jasa transportasi saat ini merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat apalagi mahasiswa. Transportasi merupakan kebutuhan yang tidak bisa dihindari lagi. Setiap orang pasti membutuhkannya apalagi

² Aspiani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar*, (Universitas Negeri Makassar, 2018), hlm.1

sebagai seorang mahasiswa yang mempunyai banyak sekali kebutuhan dan aktivitas yang tidak bisa dijangkau hanya dengan satu tempat. Kelebihan yang di tawarkan oleh transportasi online mempengaruhi para pengguna jasa transportasi konvensional beralih ke jasa transportasi online.

Berdasarkan *Hootsuite We Are Social* pada tahun (2020) sebanyak 75% pengguna internet Indonesia menggunakan transportasi Online. Oleh karena itu pengusaha jasa berlomba untuk menarik konsumen dengan cara meningkatkan pelayanannya. Ketepatan waktu, kemudahan dalam melakukan pemesanan kenyamanan armada hingga harga pun diperhatikan. Strategi itu dilakukan dengan seiring ketatnya persaingan dalam usaha dibidang jasa. Seperti saat ini sudah terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standart pelayanan.

Di Indonesia usaha jenis ini sudah mulai banyak dijalankan, mengingat betapa besar peluang yang didapatkan. Selain itu usaha jenis ini juga mempunyai respon yang positif dikalangan mahasiswa. Apalagi dengan pelayanan ini mahasiswa tidak lagi direpotkan untuk mencari pangkalan ojek untuk mencari jasa transportasi. Para pengguna dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, selain itu tarif yang perlu dibayar secara otomatis akan muncul pada layanan ini. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka Konsumen akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus dibayarkan. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna jasa sampai ke tempat tujuan. Transaksi ini dapat dilakukan melalui *e-money* atau cash. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* (biaya borongan

atau argometer yang menggunakan biaya yang tetap setiap bulannya pada pengguna) yang diberlakukan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi *online* yaitu Grab, Gojek dan Uber. Hal ini mengakibatkan ketiga perusahaan tersebut harus bersaing dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik menjadi keunggulan dalam modal bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau buruknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan apabila layanan yang dirasakan konsumen sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan oleh konsumen tersebut. Harapan konsumen tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, kecepatan dan harga menjadi nilai penting yang diharapkan oleh konsumen tersebut. Jika konsumen merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen.³

Menurut Buttle kepuasan konsumen membawa dampak yang besar bagi perusahaan. Dengan memertahankan dan memuaskan Konsumen saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek Konsumen baru, biaya memertahankan Konsumen lebih murah

³ Zahra Atika, *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online*, (Universitas Negri Yogyakarta, Agustus 2017), hlm. 1- 2

dibandingkan biaya mencari Konsumen baru. Konsumen yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan Konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas Konsumen, menjadi advocator bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan atau produk dilecehkan oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan⁴. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon Konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh Konsumen akan semakin tinggi.⁵ Jika layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen terhadap layanan dan hasil kinerja juga akan mempengaruhi kenyamanan yang akan dirasakan konsumen itu sendiri. Semakin baik kenyamanan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi rasa kepuasannya. Rasa nyaman dan aman merupakan alasan utama untuk seseorang bersikap loyal terhadap suatu pelayanan dan Konsumen bisa loyal terhadap pelayan jasa. Sehingga ini merupakan asset dari perusahaan karena telah mendapat kepercayaan dari

⁴ Francis Buttle, *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Konsumen)*. (Jakarta : Bayumedia, 2017), hlm.28.

⁵ Sawitri, Yasa, dan Jawas, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tegal Sari Accomodation di Ubud*. (Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan ,2013) Vol. 7, No. 1, hlm.4

konsumen. Kolcaba mengungkapkan “kenyamanan atau rasa nyaman adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman (suatu kepuasan yang meningkatkan penampilan sehari-hari), kelegaan (kebutuhan telah terpenuhi), dan transenden (keadaan tentang suatu yang melebihi masalah)” . indikator kenyamanan mencakup empat aspek yaitu: 1. Fisik, 2. Sosial, 3. Psikospiritual. 4. Lingkungan,⁶.

Ketepatan waktu mengandung arti bahwa pelaksanaan pelayanan di masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.⁷ Menurut Goverde peningkatan ketepatan waktu dapat dilakukan apabila adanya sinergi antara pihak regulator dan operator dengan sistem perencanaan yang baik, menetapkan standar operasional yang tinggi, penambahan frekuensi perlananan kereta api yang disesuaikan dengan kapasitas jalur dan peningkatan kecepatan rata-rata sesuai dengan kemampuan teknis sarana dan prasarana. menurut Hanafi dan Halim ada empat aspek yang mencakup ketepatan waktu yaitu : 1. Ketepatan waktu kedatangan dan keberangkatan. 2. Ketepatan waktu persiapan. 3. Ketepatan waktu dibanding moda transportasi lain dengan tujuan yang sama. 4. Ketepatan Waktu Sampai Tujuan.

Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan selain kenyamann armada dan ketepatan waktu adalah harga. Menurut Kotler dan Keller Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang

⁶ Dhita Tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri*, Volume 1 Nomor 2,,(Universitas Kediri:2018), hlm.234.

⁷ Nuriyanto, *Penyelenggaraan Pelayanan Publik di Indonesia, Sudahkan Berdasarkan Konsep “Welfare State”?*, Jurbal Konstitusi, Volume 11, Nomor 3, September 2014, hlm.436

dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga merupakan hal yang sangat krusial dalam bisnis, harga benar-benar harus dipertimbangkan dengan serius karena menyangkut keterjangkauan konsumen pada produk dan sebaliknya juga menentukan tingkat keuntungan yang bisa diraih. Harga pun menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dimana kecendrungan konsumen memilih layanan dengan manfaat yang serupa ialah berdasarkan keterjangkauannya, dalam hal ini *value of money* yang akan di dapatkan oleh konsumen. Harga sebagai faktor kepuasan konsumen juga tidak terlepas dari apa yang didapatkan dari jumlah uang yang dikeluarkan. Menurut Stanton terdapat empat indikator yang mencirikan harga, yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan produk yang didapatkan, dan kesesuaian produk dengan manfaat yang didapatkan. Hal ini dapat menyimpulkan kepuasan konsumen terhadap harga yang diberikan.⁸

Perusahaan transportasi online yang ada di IAIN Tulungagung yaitu Go-Jek dan Grab. Kedua perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat. Bahkan kedua perusahaan jasa berbasis aplikasi ini bersaing untuk menjadi pilihan utama mahasiswa dimana kedua perusahaan tersebut saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya dengan menawarkan variasi layanan jasa dengan tujuan untuk menciptakan rasa puas pada konsumen karena retensi Konsumen adalah elemen kunci dalam kesuksesan setiap organisasi, mempertahankan Konsumen menjadi

⁸William J Stanton, *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 1998), hlm. 308

pekerjaan berat dilingkungan pasar yang sangat padat.⁹

Banyaknya mahasiswa IAIN Tulungagung yang berasal dari luar kota dan tidak membawa kendaraan pribadi menjadikan transportasi online sangat populer dikalangan mahasiswa. Namun transportasi online Grab lebih populer dikalangan mahasiswa IAIN Tulungagung. Hal ini dikarenakan banyaknya promosi harga yang diberikan oleh Grab serta banyaknya pangkalan *driver* Grab di area IAIN tulungagung. Sehingga mahasiswa tidak perlu menunggu lama untuk melakukan penjemputan.. Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak Grab termasuk jam ramai atau tidak akan memiliki perbedaan harga. Dalam masa pandemi saat ini untuk membatasi interaksi dengan orang lain mahasiswa IAIN Tulungagung lebih banyak menggunakan transportasi online daripada transportasi umum. Kabupaten Tulungagung menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sebagai upaya memutus mata rantai covid-19. Dalam peraturan masyarakat dilarang untuk berkerumun. Sehingga pemilihan *Grab bike* sebagai alat transportasi di masa pandemi ini merupakan pilihan yang tepat.

Dengan pertimbangan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kenyamanan Armada Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Ojek Online Grab (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Online Grab Di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)”

⁹ Aspiani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar*, (Universitas Negri Makasar, 2018), hlm.1

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat diidentifikasi terkait Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kenyamanan Armada Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Ojek Online Grab (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Online Grab Di Institut Agama Islam Negri Tulungagung). Hal tersebut adalah kualitas pelayan yang beruoa harga, ketepatan waktu dan kenyaman armada karena kualitas pelayanan adalah salah satu kunci untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Jadi diperlukan kualitas pelayanan yang baik agar tingkat kepuasan konsumen juga didapatkan. Selain itu tingkat kepuasaan konsumen juga hal yang penting di dapatkan oleh suatu perusahaan, karena konsumen yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan akan menjadi Konsumen yang loyal dan merekomendasikan kepada yang lainnya.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen ?
2. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen ?
3. Apakah kenyamanan armada berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen ?
4. Apakah harga, ketepatan waktu,kenyamanan armada, berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasaan konsumen ?

D. Tujuan Peneletian

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh harga terhadap kepuasaan konsumen.

2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui secara parsial kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh harga, ketepatan waktu, dan kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dapat diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diperoleh manfaat dan kegunaannya antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Bahwa penelitian ini memberikan sumbangsih atau kontribusi pemikiran terhadap pengembangan ilmu Perilaku Konsumen, khususnya tentang Pengaruh harga, ketepatan waktu dan kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis.

- a. Bagi Perusahaan , penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan masukan yang bermanfaat untuk pihak Grab, dan juga dapat dijadikan landasan untuk mengevaluasi pengaruh harga, ketepatan waktu dan kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa layanan aplikasi ojek online.
- b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang mendalam kepada mahasiswa tentang pengaruh harga,

ketepatan waktu dan kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat dijadikan acuan dalam menggunakan jasa ini.

- c. Bagi Peneliti Lanjutan, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau bahan pustaka atau rujukan bagi peneliti dengan tema yang sama atau sejenis.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh variabel harga, ketepatan waktu dan kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen jasa ojek online grab di IAIN Tulungagung.
2. Penelitian dibatasi pada hasil rekapitulasi data variabel harga, rekapitulasi data variabel ketepatan waktu, rekapitulasi data variabel kenyamanan armada dan rekapitulasi data variabel kepuasan konsumen.
3. Penelitian ini dibatasi pada pengguna transportasi *driver* ojek online.

Penelitian ini dibatasi guna menghindari batasan masalah yang berlebihan pada peneliti. Batasan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa IAIN Tulungagung.
2. Peneliti ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).
Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi Harga (X1), Ketepatan

Waktu (X2), Kenyamanan Armada (X3), sedangkan untuk variabel terikatnya (Y) adalah Kepuasan Konsumen.

3. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari koesioner (angket).
4. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang membahas tiga variabel yaitu harga, ketepatan waktu dan kenyamanan armada dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada kepuasan konsumen.
5. Penelitian ini dilaksanakan pada masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

G. Penegasan Istilah

Definisi penegasan istilah adalah batasan yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau penelitian. Oleh karena itu, definisi ini disebut juga definisi kerja karena dijadikan pedoman untuk melaksanakan suatu penelitian :

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah puas, merasa senang, perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan

pelayanan suatu jasa.¹⁰

b. Harga (X1)

Menurut Kloter dan Amestrong mengatakan bahwa harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh Konsumen untuk memperoleh produk. Menurut Nurhadi harga merupakan nilai tukar rupiah suatu barang dan jasa yang dinyatakan dengan uang, atau harga keseimbangan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sedangkan menurut Kloter dan Amestrong mengatakan bahwa harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh Konsumen untuk memperoleh produk¹¹

c. Ketepatan Waktu (X2)

Definisi ketepatan waktu (*timeliness*) menurut Chairil dan Ghozali dalam Ukago adalah “*timeliness* adalah suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan” Ketepatan waktu bagi pemakai informasi sangat penting, informasi yang tepat waktu berarti jangan sampai informasi yang disampaikan sudah basi atau sudah menjadi rahasia umum.¹²

d. Kenyamanan Armada (Angkutan Umum Penumpang) (X3)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nyaman adalah

¹⁰ Ade Syarif Maulana, *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen PT. TOI*, (Universitas Esa Unggul Jakarta, 2016), Volume 7, Nomor 2, November 2016, hlm.114

¹¹ Nurlifillah Rizki Kudus dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car Kota Kendari*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, (2020) Vol.12 No.2, Juli 2020, hlm.72

¹² Hady Kuswanto dan Sodikin Manaf, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Ke Publik (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013)*, (Stie DharmaPutra Semarang,), hlm.4

segar;sehat sedangkan kenyamanan adalah keadaan nyaman; kesegaran; kesejukan, Menurut Kolcaba.

e. Angkutan umum penumpang

Angkutan penumpang yang dilakukan dengan sistem sewa atau baya.¹³Termasuk dalam pengertian dalam angkutan umum penumpang adalah bus, mini bus, mikrolet, kereta api, angkutan air dan angkutan darat.

f. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Bown kepuasan Konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa.¹⁴ Konsumen yang puas mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut. Adapun menurut Wells dan Prenskey kepuasan atau ketidak puasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen.¹⁵

2. Definisi Operasional

¹³ Suwardjoko Warpani, *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*, (Bandung : Penerbit ITB,2002), hlm. 30

¹⁴ Francis Buttle, *Customer Relationship Management (Manajemen. Hubungan Konsumen)*. (Jakarta : Bayumedia,2017), hlm.28.

¹⁵ Rini Dwiastuto dkk, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang : Unibraw Press,2012), hlm.51.

Definisi operasional adalah sebuah rangkaian definisi variabel penelitian berdasarkan operasionalnya, secara praktiknya, secara nyata, secara riil yang ada pada objek penelitian yang akan di teliti sehingga pembaca mengetahui secara jelas apa maksud / teori-teori yang dijelaskan oleh peneliti dalam tulisan ini.¹⁶ Secara operasional penelitian ini ditujukan untuk mengetahui harga, ketepatan waktu, dan kenyamanan armada terhadap kepuasan konsumen jasa ojek online grab pada mahasiswa pengguna jasa ojek online grab di IAIN Tulungagung . Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket pada sejumlah sampel untuk selanjutnya dilakukan proses analisis.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dapat digambarkan melalui sistematika penulisannya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN : Pada bab ini merupakan pengantar dan gambaran umum mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah.

BAB II LANDASAN TEORI : Berisi uraian mengenai semua variabel tentang semua variabel kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu, kenyamanan armada, kepuasan konsumen, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN : Membahas mengenai cara atau tahapan untuk melakukan penelitian yaitu , waktu dan lokasi penelitian,

¹⁶ Abd.Aziz dkk, *Pedoman Penyusunan skripsi*, (Tulungagung : STAIN Tulungagung,2012),hlm.8.

pendekatan yang digunakan, metode penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Pada bab ini menguraikan hasil-hasil analisis data terhadap variabel-variabel yang diteliti dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN : Pada bab ini berisi pembahasan mengenai data penelitian dan hasil analisis data. Dan berisi tentang hasil penelitian lapangan sesuai dengan penelitian.

BAB VI PENUTUP : Dalam bab ini menguraikan rangkuman permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan atas dasar penelitian tersebut.