

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION BUS ANS DI KOTA PADANG DENGAN TRUST SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

*“Sebagai Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang”*



KELVIN GRISELDIS

18059096/2018

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* BUS ANS DI KOTA PADANG DENGAN
TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

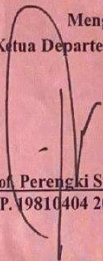
Nama : Kelvin Griseldis
TM/NIM : 2018/18059096
Keahlian : Pemasaran
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

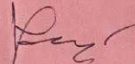
Padang, Agustus 2023

Disetujui oleh:

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen S-1

Pembimbing


Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D
NIP. 19810404 200501 1 002


Hendri Andi Mesta SE, MM. Ak
NIP: 19741125 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* BUS ANS DI KOTA PADANG DENGAN
TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Nama : Kelvin Griseldis
TM/NIM : 2018/18059096
Keahlian : Pemasaran
Departemen : Manajemen S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Skripsi

Departemen Manajemen S-1

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

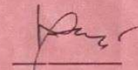
Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2023

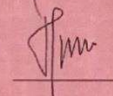
Tim Penguji

Tanda Tangan

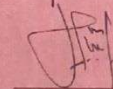
Hendri Andi Mesta, SE, MM, AK (Ketua)



Firman, SE, M.Sc (Anggota)



Muthia Roza Linda, SE, MM (Anggota)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kelvin Griseldis

NIM / Tahun Masuk : 18059096/2018

Program Studi : Manajemen

Keahlian : Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Alamat : Jl. Purus 2 No. 8b

No. HP : 083124026463

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Customer perceived Value* terhadap *Customer Satifaction* bus ANS dikota Padang dengan *Trust* sebagai variabel mediasi. Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis (Skripsi) saya adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lain nya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalama ksrya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasikan kepada orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan dalam naskah dengsn menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan kedalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila di tanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua prodi.

Demikian lah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar sarjana yang di peroleh karena larya tulis ini, serta sanksi lain nya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, November 2023

Kelvin Griseldis
18059096

ABSTRAK

<p>Kelvin Griseldis 2018/18059096</p>	:	<p>Pengaruh <i>Service Quality</i> Dan <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bus ANS Di Kota Padang Dengan <i>Trust</i> Sebagai Variabel Mediasi</p>
---	---	---

<p>Dosen Pembimbing</p>	:	<p>Hendri Andi Mesta, SE, MM,</p>
--------------------------------	---	--

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa : (1) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang (2) Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang (3)) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Trust* Bus ANS DiKota Padang (4) Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Trust* Bus ANS DiKota Padang (5) Pengaruh *Trust* terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang (6)) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang dengan *Trust* sebagai variabel mediasi (7)) Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang dengan *Trust* sebagai variabel mediasi, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 180 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling, metode analisis data menggunakan analisis SEM menggunakan aplikasi Smart PLS 4.

Hasil Penelitian adalah (1) Pengaruh *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang (2) Pengaruh *Customer Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang (3)) Pengaruh *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* Bus ANS DiKota Padang (4) Pengaruh *Customer Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* Bus ANS DiKota Padang (5) Pengaruh *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang (6)) Pengaruh *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang dengan *Trust* sebagai variabel mediasi (7)) Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap berpengaruh signifikan *Customer Satisfaction* Bus ANS DiKota Padang dengan *Trust* sebagai variabel mediasi

Kata Kunci: *Customer Satisfaction, Service Quality, Customer Perceived Value, Trust,*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidup-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Service Quality dan Customer Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Bus ANS Di Kota Padang Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi”**.

Skripsi merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini Penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hendri Andi Mesta, SE, MM. Ak selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Firman, SE, M. Sc selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Muthia Roza Linda, SE M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan membimbing dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Prof Perengki Susanto, SE., M. Sc. PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Prof Perengki Susanto, SE., M. Sc. PhD selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Supan Weri Munandar, A. Md selaku tata usaha Jurusan Manajemen yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi.
7. Bapak dan Ibu Staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu dalam penulisan skripsi ini, serta kepada karyawan dan karyawan yang telah membantu di bidang administrasi.
8. Bapak dan Ibu Staf perpustakaan pusat dan ruang baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulisan kemudahan dalam mendapatkan bahan bacaan.

9. Teristimewa untuk orang tua tercinta yang selalu mensupport dalam pembuatan skripsi ini.
10. Teristimewa untuk Riza Melia Putri selalu mensupport dalam pembuatan skripsi ini.
11. Rekan-rekan Manajemen 2018 yang seperjuangan serta semua pihak yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan baik dari sistematika penulisan maupun dari pemilihan kata yang digunakan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian penulis yang lain dimasa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian dapat bermanfaat baik bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, November 2023

Kelvin Griseldis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakang	1
B. IdentifikasiMasalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. RumusanMasalah	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI , KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS... 13	
A. Kajian Teori.....	13
1. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	13
2. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	15
3. Nilai Persepsi Pelanggan (<i>Customer Perceived Value</i>).....	17
4. Trust (Kepercayaan)	19
5. Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
6. Hubungan <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	21
7. Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	21
8. Hubungan <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Trust</i>	22
9. Hubungan <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
10. Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dengan Trust sebagai Variabel Mediasi.....	23
11. Hubungan <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Trust</i> sebagai Variabel Mediasi.	23
12. Penelitian Terdahulu	25
B. Kerangka Konseptual.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian	26
C. Populasi Dan Sampel	26
D. Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Definisi Operasional Variabel.....	29
G. Instrument Penelitian	31
H. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Deskriptif Responden Penelitian.....	41
1. Jenis Kelamin	41
2. Umur Responden	41
3. Pendidikan terakhir responden	42
4. Pengeluaran responden.....	43
5. Intensitas menjadi penumpang ANS.	43
C. Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
1. <i>Service Quality</i>	44
2. <i>Customer Perceived Value</i>	45
3. <i>Customer Satisfaction</i>	46
4. <i>Trust</i>	47
D. Uji Smart PLS 4	48
1. Uji <i>Outer Model</i>	49
2. Uji <i>Inner Model</i>	54
3. Uji Hipotesis.....	55
E. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
2. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	60
3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Trust</i>	61
4. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Trust</i>	63

5. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	64
6. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Trust</i> sebagai variabel mediasi.	65
7. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Trust</i> sebagai variabel mediasi.	67
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Angkutan Sewa PO ANS dalam 3 bulan terakhir tahun 2023	2
Tabel 2 Jumlah Pengunjung Loker PO ANS dalam 3 Bulan Terakhir pada Tahun 2023.....	3
Tabel 3 jumlah penumpang PO ANStahun 2021 Rute Padang– Jakarta	6
Tabel 4 jumlah penumpang PO ANS tahun 2022 sampai bulan September Rute Padang – Jakarta.....	7
Tabel 5 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 7 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	30
Tabel 8 Skala Likert.....	32
Tabel 9 Rentang Skala TCR (Tingkat Capaian Responden).....	34
Tabel 10 Deskriptif Responden Jenis kelamin.....	41
Tabel 11 Deskriptif Responden Umur Responden.....	42
Tabel 12 Pendidikan terakhir responden.....	42
Tabel 13 Pengeluaran Responden	43
Tabel 14 Intensitas menjadi penumpang ANS.....	44
Tabel 15 Distribusi frekuensi <i>Service Quality</i>	44
Tabel 16 Distirbusi Frekuensi <i>Customer Perceived Value</i>	45
Tabel 17 Distribusi Frekuensi <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 18 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i>	47
Tabel 19 Nilai <i>Outer Loading</i>	51
Tabel 20 Tabel Nilai AVE	52
Tabel 21 Uji Reloabilitas	53
Tabel 22 Uji <i>R-Square</i>	54
Tabel 23 <i>Path Coefficient</i>	56
Tabel 24 <i>Indirect Effect</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual 27
Gambar 2 Outer Model 51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian	75
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	81
Lampiran 4 ; Olahan Smart PLS 4	84
Lampiran 5 : Dokumentasi Penelitian.....	86
Lampiran 6 : Tabulasi Data.....	92

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penggunaan transportasi darat semakin meningkat, di karenakan tiket pesawat yang semakin mahal, dengan adanya jalan Tol menghungkan satu daerah ke daerah lain membuat perjalanan semakin nyaman, hal ini membuat pelanggan puas karena adanya Tol yang membuat perjalanan nyaman dan mempersingkat waktu. Untuk menarik kepercayaan dan memenangi persaingan antar PO Bus maka PO ANS harus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan telah menjadi subjek penelitian yang populer sejak tanggapan pelanggan menentukan hubungan pelanggan jangka panjang, yang selanjutnya dapat mengarah pada keberlanjutan bisnis (Anderson et al., 2004; Fornell et al., 1996; Hackl dan Westlund, 2000). Dengan meluasnya penyediaan layanan, jarang terjadi kejadian seperti ini ketentuan layanan yang monopolistik di mana pelanggan hanya memiliki sedikit atau hampir tidak ada suara sama sekali pembelian. Banyak peneliti telah mencoba untuk mendefinisikan kepuasan, namun hal tersebut bisa saja terjadi didefinisikan secara luas sebagai “tanggapan konsumen terhadap evaluasi kesenjangan yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya dan kinerja aktual produk seperti yang dirasakan setelahnya

konsumsi” (Tse dan Wilton, 1988, hal. 204 dalam Cheng et al, 2018).

Kepuasan konsumen penting bagi bisnis, alih-alih menarik pelanggan baru, membutuhkan waktu lama dan biaya besar, sehingga bisnis berusaha mempertahankan pelanggan yang sudah ada Berikut ini adalah tabel penurunan angkutan sewa PO ANS tahun 2023 dalam 3 bulan terakhir.

Tabel 1 Angkutan Sewa PO ANS dalam 3 bulan terakhir tahun 2023

Bulan	Angkutan Sewa (Penumpang)
Maret	270 Penumpang
April	425 Penumpang
Mei	150 Penumpang

Sumber: PO ANS (2023)

Berdasarkan tabel di atas terjadi fluktuatif jumlah penumpang PO ANS hal ini oleh pelayanan karyawan (Petugas Loker, *Crew Cabin*) yang mengakibatkan penurunan angkutan sewa di PO ANS. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang harus di perhatikan PO ANS adalah *Service Quality*, *Customer Perceived Value* dan *Trust*.

Service Quality adalah kerangka kerja yang menangkap dan mengukur kualitas pelayanan yang dialami oleh pelanggan. Ini fitur lima dimensi (Kim, 2021 dalam Uzir et al, 2021): *Tangibility* (penampilan fisik layanan atau sekitarnya merasakan keberadaannya), *Reliability* (konsistensi dan ketergantungan kinerja), *Empathy* (memperhatikan secara individual dan dengan penuh semangat), *Responsiveness* (kesediaan untuk melayani bekal pada waktu), dan *Assurance* (peningkatan kepercayaan dan keyakinan).

Berdasarkan SERVQUAL, kualitas layanan telah ditemukan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan dalam banyak konteks, Konstruk kepuasan pelanggan telah digunakan dalam penelitian psikologi, ekonomi, bisnis, pemasaran, perumahan, dan pariwisata (Jiang et al., 2017; Kim et al., 2017). Kepuasan mengacu pada positif bersih pengalaman yang muncul dari persepsi pelanggan tentang yang sebenarnya ketentuan dari penyedia layanan sehubungan dengan antisipasi mereka terhadap layanan (Marinkovic dan Kalinic, 2017). Ini sama dengan “konsumen perasaan, sikap, atau keinginan terhadap layanan / produk setelah itu digunakan” (Yi et al., 2021 dalam Uzir et al, 2021).

Tabel 2 Jumlah Pengunjung Loker PO ANS dalam 3 Bulan Terakhir pada Tahun 2023

Bulan	Jumlah Pengunjung
Maret	345 Pengunjung
April	934 Penumpang
Mei	220 Penumpang

Sumber: PO ANS (2023)

Berdasarkan tabel di atas terjadi fluktuatif jumlah pengujung PO ANS hal ini oleh pelayanan karyawan (Petugas Loker, *Crew Cabin*) yang mengakibatkan penurunan angkutan sew diPO ANS. Jika dibandingkan dengan PO lainnya dengan seperti PO NPM.

Customer Perceived Value yaitu penetapan harga nilai yang dirasakan didefinisikan sebagai “pendekatan yang berpusat pada pelanggan yang memprioritaskan penilaian produk pelanggan di atas biaya, persaingan, dan

pertimbangan lainnya” (Rao dan Kartono, 2009, hlm. 29). Saat menetapkan harga, PV pelanggan, dan bukan apa yang bersedia dibayar pelanggan, menjadi dasar dari pendekatan penetapan harga ini. Sementara penetapan harga biaya-plus harga dasar, harga nilai yang dirasakan menetapkan batas atas harga yang mencerminkan PV (Armstrong dkk., 2016). Oleh karena itu, defisit utama dari penetapan harga biaya plus adalah mengabaikan fakta bahwa pelanggan mungkin bersedia membayar lebih dari persyaratan biaya perusahaan – jika mereka memahami nilainya lebih besar dari harga (Chandler dan Lusch, 2015; Schlissel dan Chasin, 1991 dalam Thielemann et al, 2018).

Kepercayaan adalah proses rasional yang dibangun, dikembangkan, dan diperhatikan secara aktif dan diuji dari waktu ke waktu (Joseph- Vaidyan, 2008 dalam Uzir et al, 2021). Banyak peneliti telah menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan sangat erat terkait. Misalnya, Lin dan Wang (2006) melaporkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan konsumen.

Tinggi rendahnya pendapatan (income) suatu perusahaan angkutan tergantung pada kepercayaan dan citra perusahaan yang diberikan pada masyarakat sebagai pengguna jasa angkutan. Salah satu jenis perusahaan angkutan yang akan di teliti adalah PO ANS (Anas Nasional Sejahtera).

PT Anas Nasional Sejahtera (ANS) adalah sebuah perusahaan jasa transportasi angkutan penumpang darat yang berasal dari Sumatra Barat. Pada

puncak kejayaannya, ANS adalah salah satu operator bus terbesar di Sumatra dan merupakan yang terbesar di Sumatra Barat yang masih beroperasi hingga kini.

PO ANS melayani trayek kearah barat, dari Jakarta ke berbagai kotat ujuan di pulau Sumatra, seperti Banda Aceh, Medan, Pekan Baru, Padang, Bukit Tinggi, Pariaman, dan lainnya. Selain ke barat, ANS juga membuka trayek dari Jakarta kearah timur, seperti keSurabaya, Malang hingga Denpasar, Bali. Untuk trayek yang lebih dekat, ANS melayani rute dari beberapa kota di Sumatra Barat, seperti Padang, Bukit Tinggi, Pariaman, dan lainnya menuju beberapa kota di pulau Sumatra, seperti Banda Aceh, Medan, Pekan Baru, Dumai, Jambi, Palembang, Bengkulu, dan lain nya untuk angkutan penumpang bus jarak jauh, terutama rute pulau Jawa menuju Sumatra dan sebaliknya mengalami masa kejayaan sebelum adanya layanan low cost carrier oleh berbagai maskapai penerbangan.

Dengan armada lebih dua ratus unit, selama bertahun-tahun, ANS bersama PMTOH (Aceh), ALS (SumatraUtara), Sinar Dempo (Sumatra Selatan), Gumarang Jaya (Lampung), dan NPM (Sumatra Barat) merajai jalan raya lintas Sumatra, baik lintas tengah maupun lintas timur.

Memasuki awal dekade 2000-an, ANS bersama puluhan perusahaan otobus lain yang menjalani trip Sumatra–Jawa mengalami masa suram, karena banyak penumpang yang beralih ke moda transportasi udara yang tarifnya hanya

sedikit lebih mahal dibanding angkutan penumpang darat (bus). Berikut ini adalah data jumlah penumpang ANS pada tahun 2021.

Tabel 3 jumlah penumpang PO ANStahun 2021 Rute Padang– Jakarta

NO	Bulan	Rute	Kelas		Jumlah penumpang
			Eksekutif	Royal	
1	Januari	Jkt	1010	900	1910
2	Februari	Jkt	952	840	1792
3	Maret	Jkt	1054	930	1984
4	April	Jkt	1020	900	1920
5	Mei	Jkt	3162	1860	5022
6	Juni	Jkt	2040	1800	3840
7	Juli	Jkt	2040	1800	3840
8	Agustus	Jkt	1054	958	2012
9	September	Jkt	1020	875	1895
10	Oktober	Jkt	1054	908	1962
11	November	Jkt	1020	899	1919
12	Desember	Jkt	1054	890	1944

Sumber: PO ANS kota padang (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas terjadi fluktuatif dari jumlah penumpang ini disebabkan oleh kondisi pandemi pada saat itu mempengaruhi jumlah penumpang bus yang naik ANS terutam rute padang-jakartadan serta kebijakan dari pemerintah program PPKM seperti pada bulan januari jumlah penumpang pada saat itu yaitu 1910 kemudian terjadi penurunan pada bulan februari menjadi 1792 dan mengalami kenaikan lagi pada bulan maret sebanyak 1984 dan turun lagi pada bulan april yaitu 1920 dan seterusnya sampai Desember. Berikut ini adalah data jumlah penumpang ANS pada tahun 2022.

Tabel 4 jumlah penumpang PO ANS tahun 2022 sampai bulan September Rute Padang – Jakarta

NO	Bulan	Rute	Kelas		Jumlah penumpang
			Eksekutif	Royal	
1	Januari	Jkt	1057	930	1987
2	Februari	Jkt	920	820	1740
3	Maret	Jkt	880	330	1210
4	April	Jkt	980	740	1720
5	Mei	Jkt	2180	930	3110
6	Juni	Jkt	980	800	1780
7	Juli	Jkt	1054	930	1984
8	Agustus	Jkt	1052	832	1884
9	September	Jkt	310	217	527

Sumber: PO ANS kota padang (2022)

Berdasarkan Tabel diatas terjadi fluktuatif pada jumlah penumpang disebabkan oleh banyaknya kompetitor bus ANS ini juga mempengaruhi jumlah penumpang seperti pada bulan Januari jumlah penumpang yaitu 1987 dan mengalami penurunan pada bulan Februari sebanyak 1740 dan begitu seterusnya sampai bulan September tahun 2022. Dengan berfluktuatifnya jumlah penumpang PT ANS akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan PT ANS.

Penelitian terdahulu tentang PO ANS yang di lakukan oleh Youmil Adha (2014) mengenai Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang PO ANS Jurusan Padang-Pekanbaru, hasil penelitian tersebut adalah terdapat Pengaruh secara signifikan *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang PO ANS Jurusan Padang- Pekanbaru.

Fenomena yang dialami PO ANS Pada Tanggal 03/05/2023, Bus ANS nyaris kehilangan kendali lantaran rem blong atau angin pada rem tekor saat melintasi belokan sitinjau lauik, Sumatra Barat. Beruntungnya, beberapa anggota relawan dari pos kambling jalan raya (PKJR) yang berada di sitinjau lauik dengan sigap langsung membantu bus dengan memberikan ganjalan pada ban bus. Alhasil berkat pertolongan dari beberapa PKJR membuat laju bus PO ANS yang sedang mengalami rem blong mulai terkendali sehingga lolos dari situasi menegangkan. (KOMPAS.com)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS di Kota Padang Dengan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalahnya adalah:

1. Terjadinya penurunan angkutan sewa penumpang PO ANS dalam 3 bulan terakhir.
2. Terjadinya penurunan jumlah pengunjung PO ANS dalam 3 bulan terakhir.
3. Terjadinya penurunan jumlah pengunjung loket PO ANS dari bulan April-Mei.

4. Akibat kelalaian supir Bus ANS dalam memperhatikan angin pada rem menjadi tekor mengakibatkan bus mengalami rem blong pada belokan sitinjau lauik.

C. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman, penelitian ini mempunyai batasan penelitian hanya fokus pada Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* Bus ANS Dikota Padang dengan *Trust* Sebagai Variabel mediasi”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah – masalah yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*?
2. Bagaimana Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*?
3. Bagaimana Pengaruh *Service Quality* terhadap *Trust*?
4. Bagaimana Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Trust*?
5. Bagaimana Pengaruh *Trust* terhadap *Customer Satisfaction*?
6. Bagaimana Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Trust* sebagai Variabel mediasi?
7. Bagaimana Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Trust* sebagai Variabel mediasi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Trust*
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Trust*
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Trust* terhadap *Customer Satisfaction*
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Trust* sebagai *Variabel mediasi*
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Trust* sebagai *Variabel mediasi*

F. Manfaat Penelitian

- 1) Bagi perusahaan

Agar PO ANS lebih memperhatikan kualitas pelayanannya agar apa yang di harapkan oleh penumpang sesuai dengan realita sehingga dapat meningkatkan kepercayaan penumpang terhadap PO ANS, dan dapat meningkatkan kepuasan penumpang dan penumpang ANS dapat

merekomendasikan kepada orang lain.

2) Bagi Penulis

Sebagai syarat pemenuhan tugas akhir untuk mendapatkan sarjana ekonomi di Universitas Negeri Padang.

2) Bagi Pembaca

Agar menjadi sumber referensi bagi pembaca dan dapat pembaca mengembangkan penelitian tentang PO ANS ini dengan variabel lain.