

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA JASA TRANSPORTASI
PT. BINTANG UTARA 1968 DI MEDAN
(Studi Pada Penumpang Bus AC Toilet Class Tujuan Medan - Dumai)**

Irfan Azhari

*Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional
Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia
Jl. Kapten Batu Sihombing, Tembung, Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang,
Sumatera Utara 20371
E-mail : irfanazhari71@gmail.com*

Abstrack

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang bus *ac toilet class* tujuan Medan-Dumai, yang diambil sampel sebanyak 100 responden. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* secara *accidental*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan bantuan program SPSS 23.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Variabel yang paling dominan yaitu variabel kualitas pelayanan sebesar 0.665, sedangkan variabel dominan kedua yaitu harga sebesar 0.632. Hasil penelitian mendapatkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Perusahaan jasa transportasi adalah suatu unit kegiatan ekonomi yang terletak pada suatu tempat tertentu menyediakan jasa angkutan penumpang, atau barang dari suatu tempat ketempat lain dengan menggunakan alat angkutan melalui darat, air maupun udara dengan mendapat balas jasa. Salah satu jenis transportasi darat adalah bus, dimana bus yang beroperasi di Indonesia memiliki tiga jenis tipe transportasi yang didasarkan pada daerah dan wilayah yang dilaluinya, yaitu : Antar Kota Dalam Propinsi (AKDP), Antar Kota Antar Propinsi (AKAP) dan Pariwisata.

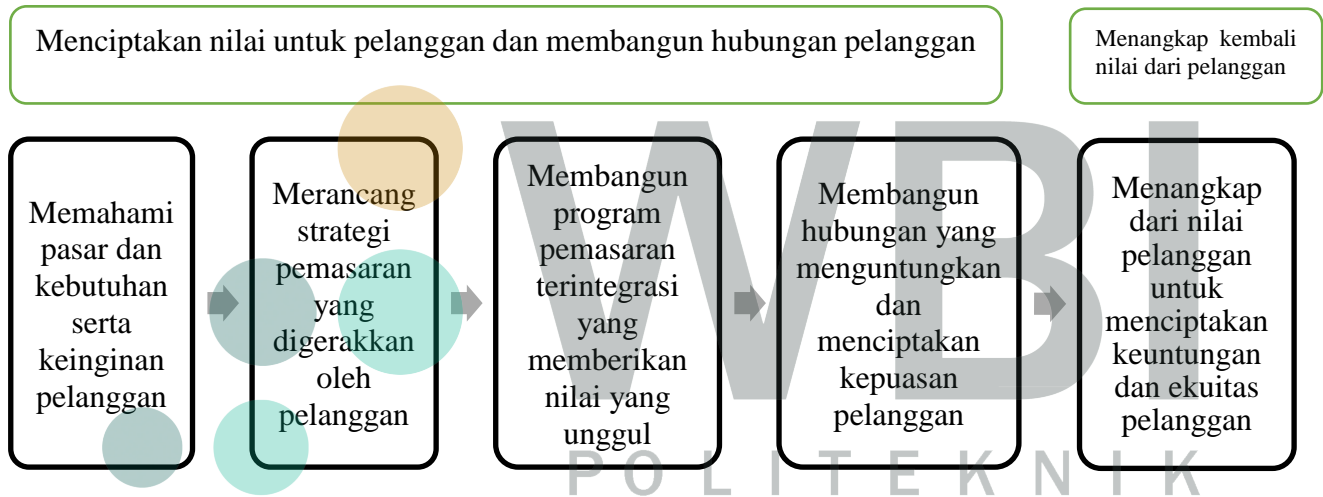
Tabel 1.1 Penjualan PO PT. Bintang Utara 1968, tahun 2014 – 2016 (dalam rupiah) Tujuan Medan – Dumai

Pendapatan Jenis Bus PT Bintang Utara 1968 Tujuan Medan - Dumai				
No	Jenis Bus	2014	2015	2016
1	<i>Economy Class</i>	1,007,280,000	1,024,000,000	1,011,080,000
2	<i>AC Toilet Class</i>	1,286,750,000	1,228,300,000	1,189,385,000
3	<i>Super Exclusive Class</i>	1,323,405,000	1,316,305,000	1,321,305,000

Sumber: PO PT. Bintang Utara 1968, 2017

2. Tinjauan Pustaka

Menurut (Kotler dan Amstrong, 2008:6) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.



Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran

Sumber : Kotler (2008:6)

2.1. Harga

Menurut (Kotler and Keller, 2009 : 345) harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.3. Kualitas Pelayanan

(Pangenggar, Hidayat, & Nurseto, 2016) mengatakan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dapat mendongkrak penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibanding pesaing. indikator suatu kualitas pelayanan jasa, merupakan salah satu syarat agar kualitas pelayanan jasa dapat memberikan kepuasan maksimal terhadap konsumen.

2.4. Keputusan Pembelian

(Tjiptono, 2008:20) memberi pengertian bahwa proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis pengambilan keputusan yang lengkap, bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk.

Dalam proses keputusan pembelian terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh seorang konsumen. Dalam tahapan tersebut akan menghasilkan keputusan, apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Apabila konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan ia akan melakukan pembelian ulang, namun sebaliknya apabila konsumen tidak puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan maka akan beralih ke produk atau jasa yang lain.



Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Pembelian

Sumber : Kotler (2008)

- **Pengenalan Kebutuhan**

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan (*need recognition*), pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang merasa lapar, haus, seks timbul pada tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan.

- **Pencarian Informasi**

Konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada didekat konsumen itu, konsumen mungkin akan membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi (*information search*) yang berhubungan dengan kebutuhan

- **Evaluasi Alternatif**

Evaluasi alternatif (*alternative evaluation*) yaitu bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek. Konsumen sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui beberapa prosedur evaluasi.

- **Keputusan Pembelian**

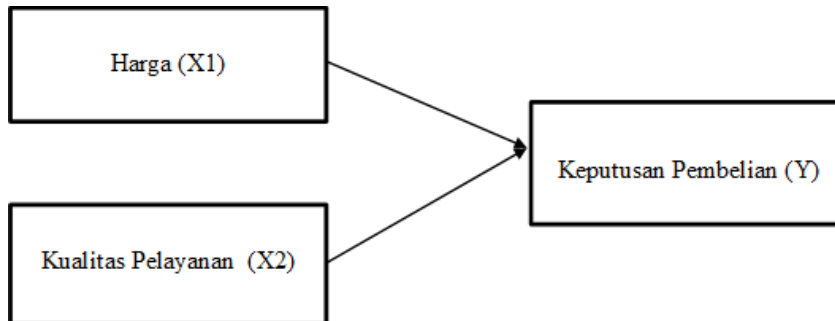
Keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai

- **Perilaku Pasca Pembelian (*Post-purchase Behavior*)**

Setelah membeli produk atau jasa, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian (*postpurchase behavior*) yang harus diperhatikan oleh pemasar. Apa yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pembeli terhadap suatu pembelian. Jawabannya terletak pada hubungan antara ekspektasi konsumen dan anggapan kinerja produk. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa, jika produk memenuhi ekspektasi, konsumen puas, jika produk melebihi ekspektasi konsumen sangat puas.

2.5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

3. Metodologi Penelitian dan Pembahasan

3.1. Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016:38) variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal, tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian terdiri dari 2, yaitu variabel bebas (*independent variabel*) Harga dan Kualitas Pelayanan dan variabel terikat (*dependent variable*) Keputusan Pembelian.

3.2. Hasil Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Membandingkan dengan r hitung dengan r tabel didapat menggunakan tabel *product momen t* kemudian mencari nilai ($df=N-2$), $n=30$ maka didapat nilai 28 dengan $\alpha = 0,05$. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan cara :

- r hitung $>$ r tabel (0.3610) dan nilai positif maka indikator tersebut dinyatakan valid.
- r hitung $<$ r tabel (0.3610) dan nilai negatif maka indikator dinyatakan tidak valid

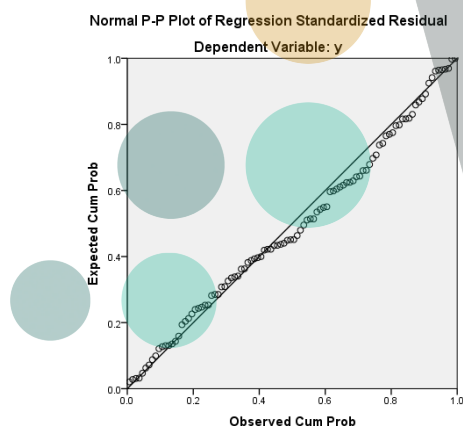
3.3. Hasil Uji Reabilitas

Reabilitas berkenaan dengan dejarad konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2016). Uji reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika hasil memberikan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.60 ($\alpha > 0.60$).

3.4. Uji Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Jika dalam grafik normal plot menyebar di sekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila data jauh dari garis diagonalnya dan tidak mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal. Berikut akan di tampilkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 3.4.1. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS,2018.

Pada gambar disamping terlihat bahwa grafik *normal p-p plot* menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

3.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi uji multikolinearitas adalah mempunyai angka *Tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* (*variance inflation factor*) lebih kecil dari 10. Maka tidak dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2018

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.771	2.761		3.176	.002		
	Harga	.632	.253	.269	2.497	.014	.399	2.505
	Kualitas_Pelayanan	.665	.139	.514	4.775	.000	.399	2.505

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Pada tabel 4.6 diketahui bahwa nilai tolerance $0,399 > 0,10$ dan nilai VIF $2,505 < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi

3.4.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi antar variabel, dengan ketentuan k (jumlah variabel bebas)=2, maka dari tabel Durbin Watson (DW) nilai dari $dL = 1,6337$ dan $dU = 1,7152$

Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.742 ^a	.551	.542	4.990	1.844

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

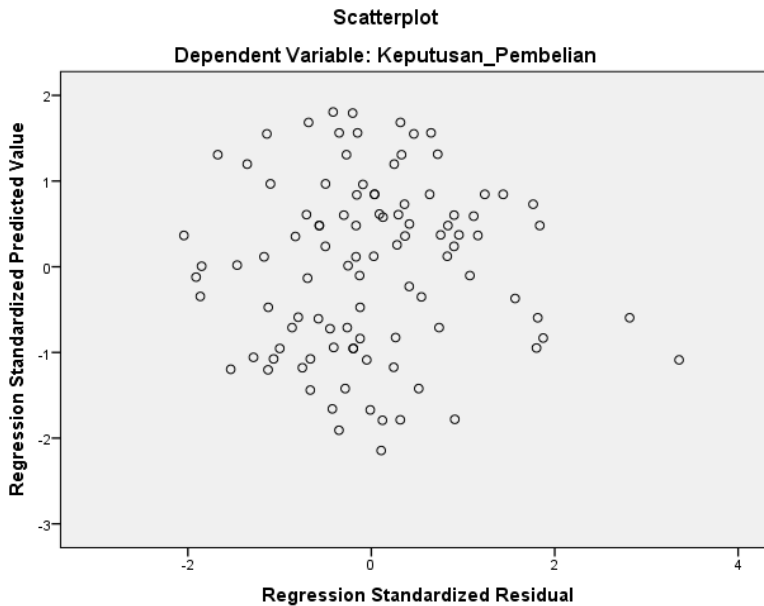
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2018

Berdasarkan uji diatas diperoleh nilai Durbin-Watson melalui aplikasi SPSS adalah 1,844. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini dengan persamaan $dU < d < 4-dU$ yaitu $(1,7152 < 1,844 < 2,2848)$ tidak bisa menolak H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif maupun negative atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi

3.4.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat penyebaran data. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{pred}) dengan residualnya (Z_{resid}). Dapat dijelaskan pada grafik *scatterplot* dibawah ini.



Gambar 3.4.2. Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2018

Pada gambar 4.4 diketahui bahwa grafik *Scatterplot* diatas tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini berdasarkan grafik dimana titik-titik yang ada dalam grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas dan titik-titik tersebut diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

3.4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.8 Regresi Linear
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1								
	(Constant)	8.771	2.761					
	Harga	.632	.253	.269	2.497	.014	.399	2.505
	Kualitas_Pelayanan	.665	.139	.514	4.775	.000	.399	2.505

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS,2018

Dari hasil tersebut maka, persamaan linier antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus PT. Bintang Utara 1968 *Class Ac Toilet* tujuan Medan – Dumai sebagai berikut :

$$Y = 8,771 + 0,632 X_1 + 0,665 X_2 + e$$

- Konstanta sebesar 8,771 dimana menunjukkan pengaruh positif, bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel keputusan pembelian akan naik.
- Koefisien regresi Harga sebesar 0,632 dengan arah positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila pada saat Harga terjangkau di kalangan konsumen maka pada keputusan pembelian akan meningkat.
- Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,665 dengan arah positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila pada saat Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan maka pada keputusan pembelian meningkat.

4. Pengujian Hipotesis

4.1. Uji t-test

Uji T digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat level of signifikan $\alpha = 0,05$ sebagai berikut:

- Jika $\text{sig} > (\alpha) 0,05$ maka H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian.
- Jika $\text{sig} < (\alpha) 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian.

Hasil uji t diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji t-test
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.771	2.761		3.176	.002
	Harga	.632	.253	.269	2.497	.014
	Kualitas_Pelayanan	.665	.139	.514	4.775	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS,2018

- Hasil Uji t antara Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 2,497 dengan sig 0,014. Nilai sig yang didapat terlihat lebih kecil ($<$) dari $(\alpha) = 0,05$ sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
- Hasil Uji t antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 4,775 dengan sig 0,000. Nilai sig yang didapat terlihat lebih kecil ($<$) dari $(\alpha) = 0,05$ sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.2. Uji f-test

Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel bebas meliputi : Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian. Pemilihan hipotesis ditentukan dengan membandingkan dengan hasil F hitung dengan F tabel, jika hasil dari F hitung lebih besar dari F tabel maka variabel X mempengaruhi variabel Y dan jika F hitung lebih kecil dari F tabel maka variabel X tidak mempengaruhi variabel Y.

$$f - \text{tabel} = (k) ; (df)$$

$$f - \text{tabel} = (\text{Jumlah variabel}) ; (\text{Jumlah sampel} - 2)$$

$$f - \text{tabel} = (2) ; (100 - 2) ; f - \text{tabel} = (2) ; (98)$$

Dengan jumlah variabel 2 dan df 98 maka diperoleh nilai f-tabel sebesar 3,09 . Hasil selengkapnya lihat tabel berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji F-test
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2964.236	2	1482.118	59.511	.000 ^b
	Residual	2415.764	97	24.905		
	Total	5380.000	99			

- a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 - b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga
- Sumber : Hasil Pengolahan SPSS,2018

Dari uji ANNOVA atau F test didapat F hitung sebesar 59,511 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih besar dari f-tabel yaitu 3,09. Maka model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

4.3. Determinan (R²)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besarkah persentase variabel bebas (Harga dan Kualitas Pelayanan) yang diteliti mempengaruhi variabel terikat (Keputusan Pembelian).

Tabel 4.11 Uji Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.551	.542	4.990

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS,2018

Tabel 4.13 diatas diketahui bahwa nilai *adjust R square* sebesar 0,542 atau sebesar 54,2%. Hal ini menunjukkan variabel independen yaitu Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) sebesar 54,2%. Sedangkan sisanya 45,8% (100% - 54,2% = 45,8%) Keputusan Pembelian tiket bus PT. Bintang Utara Ac Toilet Class Medan – Dumai dipengaruhi oleh faktor – faktor selain harga dan kualitas pelayanan.

5. Pembahasan

5.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PT. Bintang Utara

1968 Class Ac Toilet di Kota Medan.

Menurut (Anwar & Satrio, 2012) harga tergantung pada kemampuan bernegosiasi dari pihak penjual atau pembeli untuk memperoleh harga kesepakatan yang sesuai dengan keinginan masing-masing pihak, sehingga pada awalnya pihak penjual akan menetapkan harga yang tinggi dan pembeli akan menetapkan penawaran dengan harga terendah. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja mempertimbangkan beberapa hal. Mahal murahnya suatu harga dipengaruhi oleh berbagai faktor dan sangat relatif sifatnya.

Uji hipotesis membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan didapat hasil uji t variabel harga = 2,497 dengan sig. 0,014. Nilai sig yang didapat didapat terlihat lebih kecil (<) dari $\alpha = 0,05$, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin terjangkau harga, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan pembelian jasa transportasi Bintang Utara 1968 Ac Toilet Class di Medan.

Hasil dari kuisioner yang didapat bahwa indikator yang terendah dari harga adalah kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan nilai rata-rata jawaban 3.53.

5.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PT.

Bintang Utara 1968 Class Ac Toilet di Kota Medan.

Menurut (Normasari et al., 2013) kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan dan harapan pelanggan. Dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah suatu upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya sehingga terpenuhinya kepuasan pelanggan.

Uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan didapat hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan = 4,775 dengan sig 0,000. Nilai sig yang didapat terlihat lebih kecil (<) dari $\alpha = 0,05$, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya kualitas pelayanan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan pembelian jasa transportasi Bintang Utara 1968 ac toilet class di Medan.

Hasil dari kuisioner yang didapat bahwa indikator yang terendah dari kualitas pelayanan adalah daya tanggap (*responsiveness*) dengan nilai sebesar 3.33

5.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PT. Bintang Utara 1968 Class Ac Toilet di Kota Medan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari uji F memperlihatkan bahwa semua variabel independen yaitu Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) secara positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat uji ANNOVA atau F test didapat F hitung sebesar 59,511 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih besar dari f tabel yaitu 3,09. Jadi semakin tinggi Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), maka semakin meningkat juga Keputusan Pembelian (Y) jasa transportasi Bintang Utara 1968 *Ac Toilet Class* di Medan.

Hasil kuesioner pada variabel keputusan pembelian dengan rata-rata nilai terendah 3,36 adalah indikator keputusan pembelian. Hasil pengamatan penulis, banyaknya indikator-indikator yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian berulang contohnya seperti harga yang kurang sesuai dengan fasilitas yang diberikan, kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Nilai *Adjust R Square* sebesar 0,542 (54,2%) atau bisa diartikan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan sebesar 54,2% sedangkan sisanya sebesar 45,8% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini

6. Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi PT. Bintang Utara 1968 Di Medan (Studi Pada Penumpang Bus *AC Toilet Class* Tujuan Medan - Dumai)” adalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi PO Bintang Utara 1968 *Ac Toilet Class* tujuan Medan – Dumai di Medan. Ini berarti bahwa semakin terjangkau harga maka tingkat keputusan pembelian akan semakin tinggi pula, demikian juga sebaliknya apabila harga semakin tinggi maka keputusan pembelian akan turun pula. Hasil dari kuisioner yang didapat bahwa indikator yang terendah dari harga adalah kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan nilai rata-rata jawaban 3.53. Hasil pengamatan penulis, bahwa beberapa responden mengeluh dengan fasilitas seperti toilet. Kemudian indikator tertinggi adalah daya saing harga dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 3.62. Hal ini terbukti dengan harga yang terjangkau mampu bersaing di pasar. Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial, variabel harga menjadi variabel yang ke-2 berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar 63,2%. Indikator-indikator tersebut merupakan kriteria-kriteria yang memberikan dampak terhadap konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada jasa bus PT. Bintang Utara 1968 *Class Ac Toilet*.

Hasil Uji t antara Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 2,497 dengan sig 0,014. Nilai sig yang didapat terlihat lebih kecil ($<$) dari (α) = 0,05 sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya keterjangkauan harga, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan pembelian pada jasa bus PT. Bintang Utara 1968 *Class Ac Toilet* di kota Medan.

2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi PO Bintang Utara 1968 *Ac Toilet Class* tujuan Medan – Dumai di Medan. Ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka tingkat keputusan pembelian akan semakin tinggi juga, demikian juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan turun maka keputusan pembelian akan turun juga. Hasil dari kuisioner yang didapat bahwa indikator yang terendah dari kualitas pelayanan adalah daya tanggap (*responsiveness*) dengan nilai sebesar 3.33. Hasil pengamatan penulis bahwa beberapa responden mengeluh dengan kurang tanggapnya karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen. Kemudian indikator tertinggi adalah Bukti Fisik (*tangibles*) dengan nilai rata-rata 3.59. Hal ini terbukti dengan adanya *tangibles* yang dimiliki perusahaan yaitu memperbaiki armada bus yang memberikan kenyamanan penumpang selama diperjalanan. Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial, variabel kualitas pelayanan menjadi variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 66,5%. Indikator-indikator tersebut merupakan kriteria-kriteria yang memberikan dampak terhadap konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada jasa bus PT. Bintang Utara 1968 *Class Ac Toilet* di kota Medan.

Hasil Uji t antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 4,775 dengan sig 0,000. Nilai sig yang didapat terlihat lebih kecil ($<$) dari (α) = 0,05 sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya angka signifikan dan positif ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya kualitas pelayanan, maka semakin berpengaruh dan meningkatkan keputusan pembelian pada jasa bus PT. Bintang Utara 1968 *Class Ac Toilet* di kota Medan.

3. Hasil kuisioner pada variabel keputusan pembelian dengan rata-rata nilai terendah 3.36 adalah indikator perilaku setelah pembelian. Hasil pengamatan penulis, banyaknya indikator-indikator yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian berulang contohnya seperti harga dengan kualitas produk jasa,

kualitas pelayanan dan lain-lain. Kemudian hasil kuesioner dengan rata-rata tertinggi adalah indikator keputusan pembelian dengan nilai 3.57. Hasil pengamatan penulis, bahwa PT. Bintang Utara 1968 sudah memberikan kepercayaan, kenyamanan dalam perjalanan kepada penumpang, sehingga penumpang sudah yakin dengan keputusan pembelian terhadap PT. Bintang Utara 1968. Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa Nilai *Adjust R Square* sebesar 0,542 atau sebesar 54,2%. Hal ini menunjukkan variabel independen yaitu Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) sebesar 54,2%. Sedangkan sisanya 45,8% ($100\% - 54,2\% = 45,8\%$) diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukkan dalam penelitian ini.

Dari uji ANNOVA atau F test didapat F hitung sebesar 59,511 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih besar dari f-tabel yaitu 3,09. Maka model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. Bintang Utara 1968 *Class Ac Toilet* di kota Medan.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis beberapa saran yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel harga mendapat penilaian tertinggi yaitu daya saing harga. Oleh karena itu, perusahaan jasa transportasi disarankan untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan, agar harga tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga semakin tepat perusahaan jasa transportasi dalam menentukan harga dan keputusan pembelian juga akan meningkat.
2. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan jasa transportasi kepada konsumen terbilang sudah cukup baik. Namun ada beberapa point yang harus di tingkatkan perusahaan dalam segi kualitas pelayanan salah satunya, daya tanggap (*responsiveness*), salah satu caranya yaitu dengan memahami apa yang di butuhkan konsumen, menawarkan bantuan jika melihat konsumen yang sedang kesusahan.
3. Indikator terendah dalam keputusan pembelian yaitu perilaku setelah pembelian, saran penulis agar pihak perusahaan memberikan kesan yang baik bagi penumpang didalam loket, ruang tunggu, dan sepanjang perjalanan bus dari tempat awal sampai dengan tempat tujuan sehingga penumpang merasa nyaman dan dihargai mulai dari pembelian tiket sampai ketempat tujuan.

Pustaka

Andriansyah. 2015. *Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori*. Jakarta: Penerbit Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama

Ghozali, Imam 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, P. dan Gary, A. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. edisi kedua belas jilid 1 dan 2. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Managemen* 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi ketiga belas jilid 1 dan 2. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lovelock, C, Wirtz, J & Mussry, J. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Penerbit Universitas Brawijaya Press.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta CV.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Azis, W. dan Sularso, R. A. 2013. Persepsi Bauran Pemasaran Konsumen Layanan Pos Express di Kantor Pos Jember 68100. Universitas Jember

Hadiyuda, S. H. D. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bus Pariwisata (Studi Pada Pengguna Bus Pariwisata PO Padang Aran)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Hakim, M. M. D. dan Yahya. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(11): 1-21

Heryanto, I. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 9(2): 80-101

Komalasari, F. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia Eseries. Universitas Gunadarma

Normasari, S. Srikandi, K. dan Andriani, K. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 6(2):1-9.

Wibowo, A. dan Soedjono. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di "D'STUPID BAKER" Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 3(12): 1-15.