

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PENUMPANG
BUS PT. CHANDRA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau Di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara*

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : FRIDA MAULIDINA
NPM : 71190312116
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MJ PEMASARAN



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS PT. CHANDRA
MEDAN**

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : FRIDA MAULIDINA
NPM : 71190312116
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN

DISETUJUI OLEH:

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Safrida.,S.E.,M.Si)

(Ilham Sonata.,S.E.,M.M)

Ketua Program Studi

(Dr. Supriadi, S.E., M.M., M.Si.)

Tanggal Sidang Meja Hijau:

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MEDAN

2023

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT dan Junjungan Rasulullah Nabi Muhammad Saw yang telah memberikan kesehatan dan kelimpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini merupakan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan. Adapun judul yang dilakukan penulis adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penumpang Bus PT. Chandra Medan”**.

Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Yanhar Jamaluddin, M.Ap, selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
2. Ibu Dr. Hj Safrida, SE.,MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Medan dan Dosen Pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Supriadi, S.E.,M.M.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Bapak Ilham Sonata.,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada Pemimpin Bus PT. Chandra Medan yang telah bersedia memberikan izin dalam penulisan ini, beserta segenap karyawan dan pihak yang bersangkutan dalam membantu proses penelitian dan pengumpulan data pada perusahaan tersebut.

7. Kepada Ayahanda dan Ibunda yang tercinta yang telah melahirkan saya, yang telah mendidik, mengasuh, memberikan cinta dan kasih maupun doa yang begitu besar, baik dukungan moril maupun materil kepada penulis. Serta memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, dan kepada sahabat-sahabat saya atas dukungan doa dan semangat yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi materi maupun penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran maupun kritik yang dapat membangun penyempurnaan penelitian ini, serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Medan, April 2023

Penulis

Frida Maulidina

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.	
ABSTRACT.	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan dan Rumusan Masalah.....	3
1.3.1 Batasan Masalah	3
1.3.2 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	6
2.1 Uraian Teoritis.....	6
2.1.1 Kualitas Pelayanan	6
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	6
2.1.1.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	7
2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan	8
2.1.2 Harga	9
2.1.2.1 Pengertian Harga	9
2.1.2.2 Indikator Harga.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian	11
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
2.1.3.3 Proses Keputusan Pembelian	14
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16

2.3 Kerangka Konseptual.....	18
2.4 Hipotesis	19
BAB III : METODE PENELITIAN	20
3.1 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian	20
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.1.2 Objek Penelitian.....	20
3.1.3 Waktu Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Sumber Data.....	22
3.3.1 Data Primer.....	22
3.3.2 Data Sekunder.....	22
3.4 Operasional Variabel	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6 Teknik Analisis Data	26
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	30
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT. Chandra	30
4.2 Visi Dan Misi Perusahaan PT. Chandra	31
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Chandra	32
4.4 Uraian Tugas Dan Fungsi Jabatan	32
BAB V : ANALISIS DAN EVALUASI.....	36
5.1 Analisis Deskriptif.....	36
5.1.1 Karakteristik Responden	36
5.1.2 Deskripsi Variabel Responden	39
5.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas	46
5.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
5.1.5 Uji Hipotesis	54
5.2 Evaluasi Data.....	58
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.2 Penelitian Terdahulu	16
3.1.3 Waktu Penelitian	20
3.4 Definisi Operasional Variabel	22
5.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
5.1.1.2 Responden Berdasarkan Umur	36
5.1.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
5.1.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
5.2.1 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan	38
5.2.2 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner Variabel Kualitas Harga.....	41
5.2.3 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner Variabel Kualitas Keputusan Pembelian.....	43
5.1.3.1 Uji Validitas	45
5.1.3.2 Uji Reliabilitas	47
5.1.4.1 Uji Asumsi Klasik	48
5.1.4.2 Uji Multikolinieritas	51
5.1.5.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
5.1.5.2 Uji t (Parsial).....	55
5.1.5.3 Uji F (Simultan)	56
5.1.5.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	57

DAFTAR GAMBAR

2.3 Kerangka Konseptual	18
4.3 Struktur Organisasi PT. Chandra	31
5.1.4.1 Kurva Normal Probability P-Plot.....	49
5.1.4.1 Grafik Histogram Dependent Variabel.....	50
5.1.4.3 Hasil Scatterplot Dependent Variabel	52

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, Muhammad Ikhsan Harahap (2022) "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* Vol. 2 No. 1, Page 923-926
- Arianto, Nurmin. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. Skripsi, Universitas Pamulang.
- Beyhaki, Arifin,Z.,&Yulianto,E. (2017,Oktober). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari – Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31No.2,9399.
- Bheben Oscar, S.MB.,M.M, Hilman Cahya Megantara (2020) "Pengaruh Atribut Peoduk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume 10 No 1.
- Farenzia (2020) " Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab," *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, Volume 33 No 1.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. Dan Amstrong, G. 2016. *Principle of Marketing* Edisi 15. Ebook: Pearson.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2019. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1.
- Laili Hidayati, N.U.R. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn), 6(3)
- Mukarom, Zaenal & Laksana, M.W. (2018). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Mulya pradana, Aria dan Lazulfa Indah, Atik. 2018. "Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal." Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (Juripol), Vol. 1.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor: In Media.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Vicky Brama Kumbara (2021) "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse," Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT), Volume 2, Issue 5.
- Yani Oktianur Rahmawati, Aini Kusniawati, dan Iwan Setiawan (2019) "PENGARUH CUSTOMER REATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA (Studi pada Konsumen Bahana Ciamis)," Business Management And Entrepreneurship Journal, Volume 1 No 4.

Lampiran 1

LEMBARAN PERNYATAAN KUESIONER

I. IDENTITAS PEMBERI KUESIONER

Nama : Frida Maulidina
NPM : 71190312116
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sumatera Utara
Jurnal Penelitian : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penumpang Bus PT. Chandra Medan”

Dengan ini saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner. Informasi yang anda berikan hanya semata-mata untuk melengkapi data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Untuk itu, isilah kuesioner ini dengan jawaban yang sebenar-benarnya. Atas kesediaan saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Frida Maulidina

NPM: 71190312116

II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Umur :tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :

III. PETUNJUK PENGISIAN

Anda dapat memberikan tanda ceklis (\surd) pada alternatif pilihan jawaban dari pertanyaan yang ada sesuai dengan persepsi Anda selama menggunakan Armada Bus Chandra Medan berdasarkan keterangan berikut:

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju(STS)	1

	an konsume n.					
	Kehandalan (Reability)					
5	Keberangkatan dan kedatangan armada bus Chandra tepat waktu.					
6	Pelayanan yang ada di PT. Bus Chandra memiliki kemampuan yang handal dalam melayani konsumen.					
	Ketanggapan (Responsiveness)					
7	PT. Bus Chandra cepat tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen.					
8	PT. Bus Chandra selalu tanggap memberikan informasi tentang keinginan konsumen.					
	Keyakinan (Assurance)					
9	Kemamp uan pelayana n PT. Bus Chandra dalam meyakin kan konsume n tentang					

		menggunakan transportasi bus chandra sudah baik.					
10.		Perusahaan memberi asuransi keselamatan pada pelanggan Bus Chandra.					

2. Harga

No	Pernyataan	SS	RS	TS	STS
	Keterjangkauan Harga				
1	Harga tiket terjangkau.				
2	Harga bervariasi sesuai tujuan penumpang.				
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa				

3	·	Harga tiket sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.					
4	·	Jasa yang ditawarkan tidak mendu stai harga yang dibayar oleh konsu men.					
		Daya Saing Harga					
5	·	Harga tiket yang dapat bersaing dengan armada bus yang lain.					
6	·	Harga tiket yang lebih ekonomis daripada armada bus yang lain.					
		Kesesuaian Harga Dan Manfaat					
7	·	Manfaat yang diberikan bus chandra sudah sesuai dengan yang diharapkan					
8	·	Keberadaan bus chandra sangat membantu					

	konsumen dan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan.					
--	---	--	--	--	--	--

3. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	S	S	R	T	S
	Kemantapan pada sebuah produk					
1	Menggunakan Jasa Bus Chandra karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.					
2	Jasa bus chandra memiliki kualitas yang baik.					
	Kebiasaan dalam membeli produk					
3	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian jasa bus					

	chandra					
4	Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan jasa bus chandra saya tertarik untuk menggunakan jasanya.					
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain					
5	Saya menggunakan jasa bus chandra karena adanya bujukan orang lain.					
6	Saya puas menggunakan jasa bus chandra sehingga saya merekomendasikan ke orang lain.					

	Sig. (2-tailed)	,919	,000	,001	,000		,001	,022	,040	,056	,237	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	,061	,605**	,711**	,697**	,451**	1	,656*	,724*	,555*	,261	,826*
	Sig. (2-tailed)	,672	,000	,000	,000	,001		,000	,000	,000	,067	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.7	Pearson Correlation	,201	,491**	,603**	,516**	,322*	,656**	1	,739*	,524*	,244	,772*
	Sig. (2-tailed)	,161	,000	,000	,000	,022	,000		,000	,000	,087	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.8	Pearson Correlation	,265	,447**	,522**	,559**	,292*	,724**	,739*	1	,566*	,374*	,803*
	Sig. (2-tailed)	,063	,001	,000	,000	,040	,000	,000		,000	,007	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.9	Pearson Correlation	,133	,608**	,385**	,592**	,272	,555**	,524*	,566*	1	,515*	,749*
	Sig. (2-tailed)	,356	,000	,006	,000	,056	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1.10	Pearson Correlation	,280*	,108	,085	,324*	,170	,261	,244	,374*	,515*	1	,522*
	Sig. (2-tailed)	,049	,454	,555	,022	,237	,067	,087	,007	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	,303*	,733**	,729**	,796**	,602**	,826**	,772*	,803*	,749*	,522*	1

Sig. (2-tailed)	,033	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. OUTPUT VALIDITAS X2

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,281*	,236	,145	-,018	,359*	,315*	,509**	,666**
	Sig. (2-tailed)		,048	,098	,316	,901	,010	,026	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,281*	1	,130	,324*	,363**	,260	,244	,078	,568**
	Sig. (2-tailed)	,048		,370	,022	,009	,069	,088	,589	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,236	,130	1	,146	,126	,070	,371**	,075	,477**
	Sig. (2-tailed)	,098	,370		,310	,384	,627	,008	,607	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	,145	,324*	,146	1	,056	-,031	,491**	,191	,458**

	Sig. (2- tailed)	,316	,022	,310		,701	,831	,000	,183	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	-,018	,363**	,126	,056	1	,212	,252	,044	,462**
	Sig. (2- tailed)	,901	,009	,384	,701		,139	,077	,761	,001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	,359*	,260	,070	-,031	,212	1	,257	,136	,550**
	Sig. (2- tailed)	,010	,069	,627	,831	,139		,071	,345	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.7	Pearson Correlation	,315*	,244	,371**	,491**	,252	,257	1	,267	,707**
	Sig. (2- tailed)	,026	,088	,008	,000	,077	,071		,061	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.8	Pearson Correlation	,509**	,078	,075	,191	,044	,136	,267	1	,542**
	Sig. (2- tailed)	,000	,589	,607	,183	,761	,345	,061		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	,666**	,568**	,477**	,458**	,462**	,550**	,707**	,542**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000	,000
N	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. OUTPUT VALIDITAS Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,669**	,464**	,314*	,424**	,473**	,730**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,026	,002	,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	,669**	1	,518**	,420**	,370**	,615**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,008	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	,464**	,518**	1	,494**	,421**	,337*	,747**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,002	,017	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	,314*	,420**	,494**	1	,273	,362**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,026	,002	,000		,055	,010	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	,424**	,370**	,421**	,273	1	,408**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,002	,008	,002	,055		,003	,000

	N	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	,473**	,615**	,337*	,362**	,408**	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,017	,010	,003		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	,730**	,782**	,747**	,633**	,741**	,710**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Uji Reliabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	10

5. Uji Reliabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,676	8

6. Uji Reliabilitas Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	6

7. Uji Normalitas

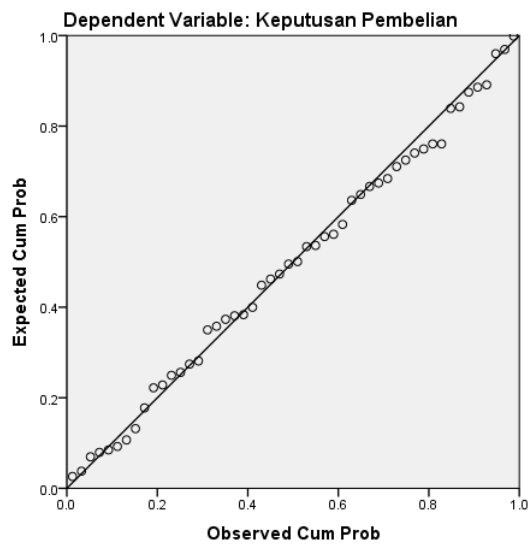
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

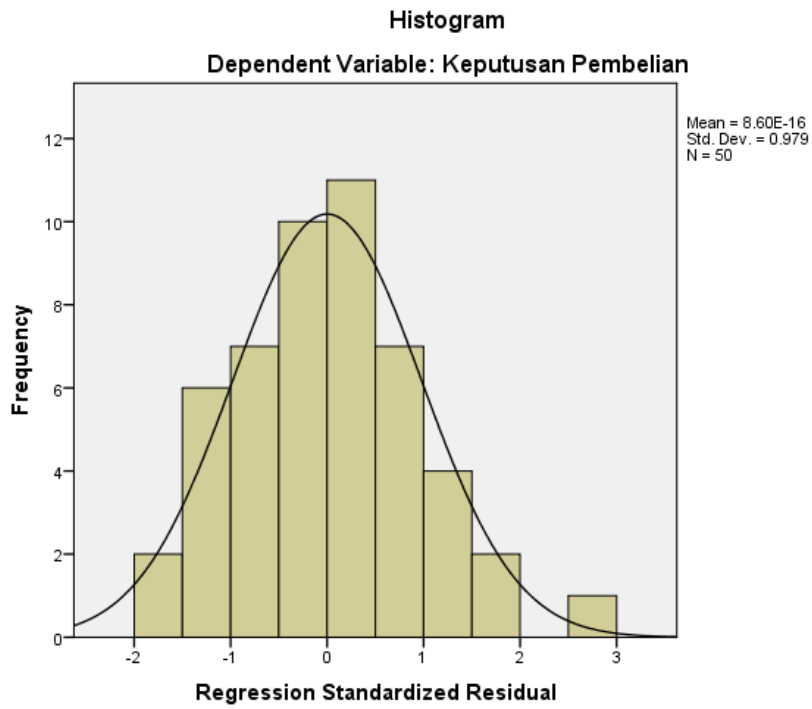
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,52873420
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,529
Asymp. Sig. (2-tailed)		,943

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





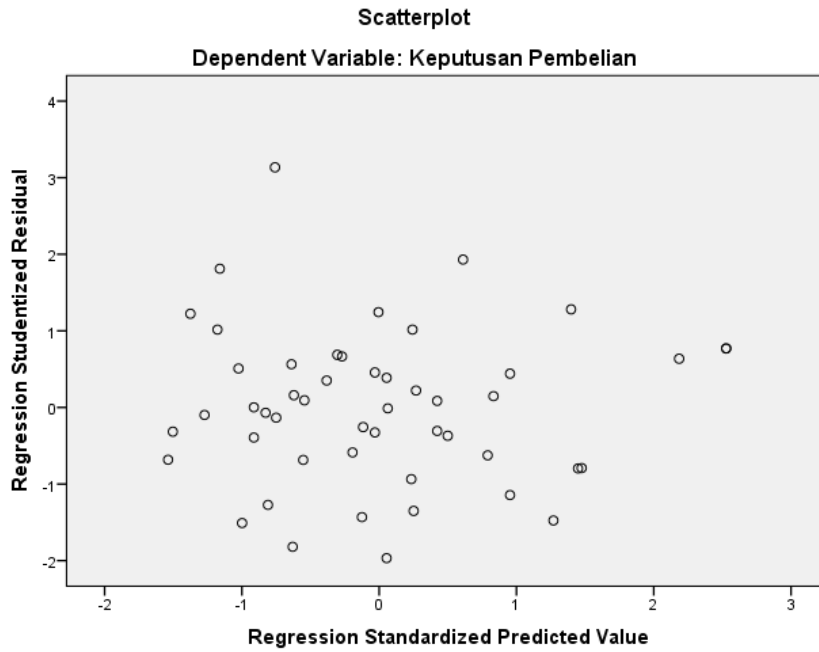
8. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	4,253	3,319		1,281	,206		
	X2	,375	,104	,451	3,603	,001	,807	1,240
	X1	,178	,077	,292	2,331	,024	,807	1,240

a. Dependent Variable: Y

9. Uji Heteroskedastisitas



10. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
				1		
	X2	,375	,104	,451	3,603	,001
	X1	,178	,077	,292	2,331	,024

a. Dependent Variable: Y

11. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
				1		
	X2	,375	,104	,451	3,603	,001
	X1	,178	,077	,292	2,331	,024

a. Dependent Variable: Y

12. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213,170	2	106,585	15,988	,000 ^a
	Residual	313,330	47	6,667		
	Total	526,500	49			

a. Predictors: (Constant), X1, X2

b. Dependent Variable: Y

13. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636 ^a	,405	,380	2,58198

a. Predictors: (Constant), X1, X2

LAMPIRAN 5

1. DATA KUESIONER KUALITAS PELAYANAN (X1)

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN										Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	39
2	5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	41
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
6	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
8	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	35
9	5	4	4	3	2	3	2	2	3	4	32
10	4	4	3	3	2	4	3	3	5	5	36
11	5	3	2	2	1	3	4	4	4	4	32
12	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	34
13	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	38
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
15	5	4	3	3	4	3	3	3	3	2	33
16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
17	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	5	4	3	3	4	4	2	3	3	3	34
20	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	38
21	5	2	2	2	2	2	2	2	3	4	26
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	39
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	39
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	4	2	3	4	3	2	3	4	5	35
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	4	3	4	2	3	4	3	4	3	35
31	4	5	5	3	4	3	4	2	4	2	36
32	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
36	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	34
37	4	4	3	3	5	4	3	3	4	3	36
38	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	35
39	5	2	3	4	4	3	3	2	3	5	34

40	5	4	3	4	3	4	4	3	4	2	36
41	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
42	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	33
43	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	37
44	4	5	4	5	5	4	3	3	5	3	41
45	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	3	4	4	3	4	4	4	3	2	1	32
48	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
49	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	35
50	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	40
Total	225	199	183	181	187	189	182	178	193	180	1897

2. DATA KUESIONER HARGA (X2)

RESPONDEN	HARGA								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	5	4	4	4	4	4	3	3	31
2	5	4	4	2	3	3	1	4	26
3	4	5	4	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	4	5	3	5	4	5	3	4	33
6	3	4	4	4	5	4	4	4	32
7	3	4	5	4	4	3	4	4	31
8	4	4	2	5	4	3	3	3	28
9	4	4	4	4	4	2	4	4	30
10	4	5	5	5	5	2	5	5	36
11	5	5	5	5	4	4	4	4	36
12	4	5	4	4	4	3	3	3	30
13	1	4	4	3	5	3	3	1	24
14	5	4	5	4	4	2	4	5	33
15	4	5	4	5	4	3	3	3	31
16	4	5	1	4	4	4	4	4	30
17	4	5	4	3	5	3	3	4	31
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	2	4	4	4	3	2	4	4	27
20	5	5	4	4	4	3	4	5	34
21	4	4	4	4	4	3	2	4	29
22	1	4	4	4	4	3	1	4	25
23	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	3	5	5	1	1	4	4	27
27	4	5	4	4	5	4	4	4	34
28	2	4	4	4	4	3	3	2	26
29	4	4	4	4	1	4	4	4	29

30	4	4	4	3	4	4	3	4	30
31	5	5	4	5	4	2	4	5	34
32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	5	4	4	4	4	4	4	33
35	5	4	4	4	4	4	4	5	34
36	4	3	3	3	4	4	4	3	28
37	3	1	4	4	4	3	4	5	28
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	2	4	1	5	4	1	3	5	25
40	4	5	4	4	5	5	5	5	37
41	5	5	5	5	4	4	5	4	37
42	4	5	4	4	5	3	4	5	34
43	4	4	4	4	4	3	4	3	30
44	5	5	5	5	4	4	5	5	38
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	4	4	4	4	4	3	3	5	31
47	2	5	5	5	5	3	5	1	31
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	3	4	1	5	3	4	28
50	5	4	4	4	5	5	4	5	36
	196	215	200	208	202	175	187	201	1584

3. DATA KUESIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

RESPONDEN	KEPUTUSAN PEMBELIAN						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
1	4	3	3	4	4	4	22
2	4	5	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	2	4	22
4	4	4	3	4	5	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	3	4	2	4	21
7	4	4	4	4	2	4	22
8	3	3	3	4	4	3	20
9	4	4	2	2	2	4	18
10	5	5	4	5	5	5	29
11	4	4	4	4	4	4	24
12	3	4	4	4	4	4	23
13	4	4	4	3	4	4	23
14	4	4	4	4	2	5	23
15	4	4	4	4	3	3	22
16	4	4	3	4	1	3	19
17	4	4	4	4	4	4	24

18	4	4	4	4	3	3	22
19	4	4	4	4	3	4	23
20	4	4	4	3	4	5	24
21	3	3	4	4	2	3	19
22	4	4	4	3	3	4	22
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	3	4	2	4	21
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	2	4	4	3	3	20
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	3	3	2	4	20
31	4	4	2	4	2	4	20
32	4	4	4	4	5	5	26
33	4	4	3	4	4	4	23
34	4	4	4	4	2	4	22
35	4	4	4	4	2	5	23
36	2	3	3	4	1	4	17
37	3	3	3	4	4	4	21
38	4	4	4	4	2	3	21
39	3	3	2	4	2	4	18
40	4	4	5	3	3	4	23
41	4	4	5	5	2	4	24
42	4	4	5	5	4	4	26
43	4	4	4	4	4	3	23
44	5	5	5	4	5	5	29
45	5	5	5	5	4	5	29
46	4	3	2	3	3	3	18
47	3	3	3	2	3	3	17
48	4	5	4	4	4	4	25
49	4	3	4	3	4	3	21
50	5	4	4	4	4	5	26
Total	198	196	189	196	165	201	1145

LAMPIRAN 3

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	14	28%
Perempuan	36	72%
Total	50 orang	100%

Sumber: Data Primer

2. Responden berdasarkan umur atau usia

Umur	Jumlah	Persentase
<20 tahun	13	26%
20 – 22 tahun	19	38%
>22 tahun	18	36%
Total	50 orang	100%

Sumber: Data Primer

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	36	72%
Karyawan Swasta	1	2%
PNS	2	4%
Wiraswasta dan lain – lain	11	22%
Total	50 orang	100%

Sumber: Data Primer

4. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA	29	58%
D1/D2/D3	5	10%
S1	16	32%
Total	50 orang	100%

Sumber: Data Primer

LAMPIRAN 4

1. Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner Variabel Kualitas

Pelayanan

2.	PERNYATAAN		SS	S	RR	TS	STS
1	Menyediakan ruang tunggu untuk konsumen yang menunggu keberangkatan.	F	31	14	4	1	0
		%	62	28	8	2	0
2	Kondisi Fisik Armada Bus Chandra Baik	F	9	33	6	2	0
		%	18	66	12	4	0
3	Karyawan yang ada di PT. Bus Chandra penuh perhatian kepada konsumen	F	5	27	14	4	0
		%	10	54	28	8	0
4	Karyawan yang ada di PT. Bus Chandra sudah peka terhadap permintaan konsumen	F	5	23	20	2	0
		%	10	46	40	4	0
5	Keberangkatan dan kedatangan armada bus Chandra tepat waktu.	F	9	24	12	4	1
		%	18	48	24	8	2
6	Pelayanan yang ada di PT. Bus Chandra memiliki kemampuan yang handal dalam melayani konsumen.	F	6	28	15	1	0
		%	12	56	30	2	0

7	PT. Bus Chandra cepat tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen.	F	6	25	14	5	0
		%	12	50	28	10	0
8	PT. Bus Chandra selalu tanggap memberikan informasi tentang keinginan konsumen.	F	6	21	18	5	0
		%	12	42	36	10	0
9	Kemampuan pelayanan PT. Bus Chandra dalam meyakinkan konsumen tentang menggunakan transportasi bus chandra sudah baik.	F	9	26	14	1	0
		%	18	52	28	2	0
10	Perusahaan memberi asuransi keselamatan pada pelanggan Bus Chandra.	F	11	14	20	4	1
		%	22	28	40	8	2

Sumber: Data Primer

2. Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner Variabel Harga

No.	PERNYATAAN		SS	S	RR	TS	STS
1	Harga tiket terjangkau.	F	13	28	3	4	2
		%	26	56	6	8	4
2	Harga bervariasi sesuai tujuan penumpang.	F	20	27	2	0	1
		%	40	54	4	0	2
3	Harga tiket sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.	F	11	33	3	1	2

		%	22	66	6	2	4
4	Jasa yang ditawarkan tidak mendustai harga yang dibayar oleh konsumen.	F	14	31	4	1	0
		%	28	62	8	2	0
5	Harga tiket yang dapat bersaing dengan armada bus yang lain.	F	14	30	3	0	3
		%	28	60	6	0	6
6	Harga tiket yang lebih ekonomis daripada armada bus yang lain.	F	8	18	17	5	2
		%	16	36	34	10	4
7	Manfaat yang diberikan bus chandra sudah sesuai dengan yang diharapkan .	F	8	26	13	1	2
		%	16	52	26	2	4
8	Keberadaan bus chandra sangat membantu konsumen dan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan.	F	15	25	7	1	2
		%	30	50	14	2	4

3. Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

No.	PERNYATAAN		SS	S	RR	TS	STS
1	Menggunakan Jasa Bus Chandra karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.	F	6	37	6	1	0
		%	12	74	12	2	0
2	Jasa bus chandra memiliki kualitas yang baik.	F	7	33	9	1	0
		%	14	66	18	2	0

3	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian jasa bus chandra	F	8	27	11	4	0
		%	16	54	22	8	0
4	Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan jasa bus chandra saya tertarik untuk menggunakan jasanya.	F	7	34	7	2	0
		%	14	68	14	4	0
5	Saya menggunakan jasa bus chandra karena adanya bujukan orang lain.	F	7	19	8	14	2
		%	14	38	16	28	4
6	Saya puas menggunakan jasa bus chandra sehingga saya merekomendasikan ke orang lain.	F	12	27	11	0	0
		%	24	54	22	0	0