



**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA PT.SINAMAR PADANG-PAYAKUMBUH**

**Oleh:**

**NAMA : RAFIKHI USMAN**

**NIM : 181000261201030**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

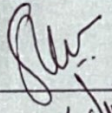
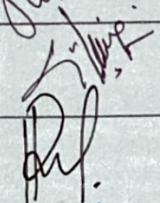
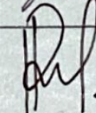
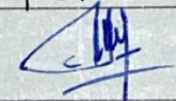
**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan LULUS setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi  
4 Maret 2024

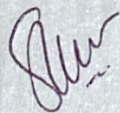
Judul :Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan  
Pada PT. Sinamar Padang-Payakumbuh  
Nama : Rafihi Usman  
Nim : 18.10.002.61201.030  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

### TIM PENGUJI

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Leli Suwita, SE, MM	Ketua	
2	Usmiar, SE, M.Si	Anggota	
3	Raftur Fedri, SE, MM	Anggota	
4	Dr. Tri Irfa Indrayani, Mp.d	Anggota	

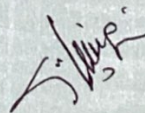
### Disetujui:

Pembimbing 1



Leli Suwita, SE, MM  
NIDN : 0005016703

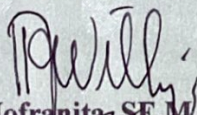
Pembimbing 2



Usmiar, M.Si  
NIDN : 1023076701

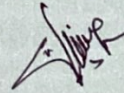
### Diketahui:

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Willy Nofranita, SE, M.Si., AK, CA  
NIDN : 1007017302

Ketua  
Prodi Manajemen



Usmiar, M.Si  
NIDN : 1023076701

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Padang, 04 Maret 2024

Yang menyatakan

**Rafikhi Usman**  
181000261201030

## **HAK CIPTA**

Hak cipta milik **RAFIKHI USMAN** tahun 2024, dilindungi oleh Undang-Undang yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Sebagianian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, copy ataupun micro film dan lainnya sebagainya.



**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT.SINAMAR  
PADANG-PAYAKUMBUH**

**Oleh:**

**NAMA : RAFIKHI USMAN**

**NIM : 181000261201030**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
2024**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT atas segala rahmat, nikmat serta karunia-Nya jugalah penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Sinamar Padang-Payakumbuh*”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi materi maupun pembahasan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Disamping itu juga, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, nasehat, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

Penyusunan Skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat kerjasama, do’a, bimbingan serta bantuan pihak, yaitu:

1. Allah SWT, atas segala anugrah yang diberikan dalam berbagai bentuk dari bentuk kesehatan, kemudahan dan kelancaran yang diberikan-Nya. Serta Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi pedoman hidup bagi setiap umatnya.
2. Leli Suwita, SE, MM Dosen pembimbing ke I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh kesabaran.
3. Usmiar, SE, M.Si Dosen pembimbing ke II yang memberikan petunjuk, masukan dan saran serta dorongan dalam penulisan skripsi ini.
4. Raftu Fedri, SE, MM dan Dr. Tri Irfa Indrayani, M.pd selaku penguji yang telah memberikan masukan, pertanyaan-pertanyaan yang membuat penulis semakin menyempurnakan skripsi ini.

5. Ibuk Usmiar,S.E,M.Si selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Dr. Willy nofarita S.E, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah memberikan ilmu bermanfaat, motivasi, informasi dan membantu dalam proses perkuliahan.
8. Kepada PT. Sinamar yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di perusahaan transportasi yang berda di kota padang.
9. Kepada rekan-rekan angkatan 2018 yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Ibuk Irnawati selaku ibunda saya yang senantiasa selalu mendesak saya untuk membuat skripsi dan wisuda secepatnya.
11. Kepada Monha Putri Usman selaku saudari kandung saya yang telah banyak membantu saya baik itu di dalam moral dan materi.
12. Kepada Muhammad Arif selaku saudara kandung saya yang senantiasa selalu menerima semua keluhan dan emosi saya selama penulisan skripsi ini.

Semoga amal dan budi yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang berlipat dari Allah SWT dan akhinya penulis berharap penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang membutuhkan.

Padang, 22 February 2024

Penulis

# **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. SINAMAR PADANG- PAYAKUMBUH**

Rafikhi Usman

Nim: 181000261201030

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Email: [rafikiusman900@gmail.com](mailto:rafikiusman900@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Studi ini dirancang untuk mengevaluasi dampak harga, kualitas layanan, dan peran PT. Sinamar terhadap tingkat loyalitas pelanggan di jalur transportasi Padang-Payakumbuh. Dalam penelitian ini, 100 partisipan telah dipilih secara menyeluruh menggunakan metode total Google Form sebagai alat pengumpulan data. Tujuan utama penelitian ini adalah mengidentifikasi sejauh mana variabel-variabel tersebut memengaruhi loyalitas pelanggan pada jalur transportasi yang disediakan oleh PT. Sinamar. Studi ini juga menerapkan teknik Analisis Regresi Linear Berganda dengan persamaan:  $\hat{Y} = 1,401 + 0,482X_1 + 0,137X_2$

Berdasarkan hasil uji T dan F, ditemukan bahwa nilai-nilai kompetensi, khususnya harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ), memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hasil tersebut mendukung Hipotesis ( $H_1$ ) dan ( $H_2$ ), di mana nilai thitung untuk harga sebesar  $5.799 > t_{tabel} 1.660$ , dan thitung untuk kualitas pelayanan sebesar  $5.799 > t_{tabel} 1.660$ , dengan nilai signifikansi masing-masing  $0.000 = 0.005$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hipotesis ( $H_3$ ) yang menyatakan adanya pengaruh bersama-sama dari variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) juga terdukung, dengan nilai Fhitung sebesar  $80,346 > F_{tabel} 3,089$  pada tingkat signifikansi  $0.000 < \alpha = 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen memengaruhi variabel dependen.

$R^2$  atau  $R_{square}$  sebesar 62,4% menunjukkan bahwa model yang digunakan (harga dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variasi loyalitas pelanggan sebesar 62,4%. Sisanya, sekitar 37,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa harga dan kualitas pelayanan berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan pada jalur transportasi Padang-Payakumbuh yang disediakan oleh PT. Sinamar.

***Kata kunci: pengaruh harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan***



## ABSTRAK

This study was designed to evaluate the impact of price, service quality, and the role of PT. Sinamar on the level of customer loyalty on the Padang-Payakumbuh transportation route. In this research, 100 participants were selected thoroughly using the total Google Form method as a data collection tool. The main objective of this research is to identify the extent to which these variables influence customer loyalty to the transportation routes provided by PT. Sinamar. This study also applies the Multiple Linear Regression Analysis technique with the equation:  $\hat{Y} = 1.401 + 0.482X_1 + 0.137X_2$

Based on the results of the T and F tests, it was found that competency values, especially price (X1) and service quality (X2), have a significant impact on customer loyalty (Y). These results support Hypotheses (H1) and (H2), where the tcount for price is  $5,799 > t_{table} 1,660$ , and the tcount for service quality is  $5,799 > t_{table} 1,660$ , with a respective significance value of  $0.000 = 0.005$ . Therefore, it can be concluded that price and service quality influence customer loyalty.

The hypothesis (H3) which states that there is a joint influence of the independent variables (price and service quality) on the dependent variable (customer loyalty) is also supported, with an Fcount value of  $80.346 > F_{table} 3.089$  at a significance level of  $0.000 < \alpha = 0.05$ . This shows that together, the independent variables influence the dependent variable.

R<sup>2</sup> or Rsquare of 62.4% shows that the model used (price and service quality) is able to explain variations in customer loyalty of 62.4%. The remainder, around 37.6%, was influenced by other factors not examined in this study. These results illustrate that price and service quality contribute significantly to the level of customer loyalty on the Padang-Payakumbuh transportation route provided by PT. Sinamar.

Key words: price influence, customer satisfaction, customer loyalty

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Teoritis .....	8
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	8
2.1.2 Harga .....	10
2.1.3 Pelayanan .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Konseptual .....	17
2.4 Hipotesis.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	19
3.3 Populasi dan Sampel .....	19
3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6 Skala Pengukuran .....	22

3.7 Teknik Analisis Data .....	22
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda .....	27

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.2 Gambaran Umum Responden.....	33
4.3 Pembahasan.....	44

#### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	50

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
----------------------------	-----------

<b>KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>60</b>
----------------------------------	-----------

<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>
-----------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Harga PT. Sinamar Tahun 2021 – 2022.....	2
TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
TABEL3.1 Defenisi Operasional.....	20
TABEL 3.2 Tabel Skala Likert.....	22
TABEL 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
TABEL 4.3Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
TABEL4.4Indtrumen Penelitian Skala Likert.....	35
TABEL 4.5 Uji Validitas.....	36
TABEL 4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel X1,X2, Dan Y.....	38
TABEL 4.7Tabulasi Data Responden Variabel Pengaruh Harga (X1).....	39
TABEL 4.8Tab Uiasi Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	40
TABEL 4.9Tabulasi Data Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	41
TABEL 4.10Hasil Regresi Linear Berganda.....	41
TABEL 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	42
TABEL 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
TABEL 4.13Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	44
TABEL 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	45
TABEL 4.15 Hasil Uji Persial.....	46
TABEL 4.16 Hasil Uji Simultan (F).....	47
TABEL 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	48

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Konseptual.....	17
GAMBAR 4.1 Lokasi Pt. Sinamar.....	30
GAMBAR 4.2 Struktur Organisasi PT. Sinamar.....	32

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan industri jasa di Indonesia semakin mengalami peningkatan dan hal itu mendorong banyak bermunculan perusahaan baik itu bergerak di bidang jasa maupun barang, tidak terkecuali jasa transportasi bus. Para pelaku perusahaan berusaha berlomba-lomba memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan sehingga produsen dapat memastikan bahwa pelanggan tetap loyal meski terjadi perubahan selera pelanggan dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar turut andil di dalamnya.

Angkutan umum sebagai sarana untuk melayani kebutuhan transportasi masyarakat mempunyai peran yang cukup besar dalam sistem transportasi secara keseluruhan. Berlebihnya kebutuhan *demand* dibanding pasokan *supply* terhadap infrastruktur jalan, yang merupakan permasalahan transportasi secara umum, dapat diatasi antara lain dengan meningkatkan peran angkutan umum. Sistem angkutan umum yang handal merupakan salah satu kunci untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Pelanggan yang loyal adalah yang mempunyai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa

tersebut. PT.Sinamar merupakan salah satu badan usaha dari sekian banyaknya perusahaan transportasi, PT Sinamar yang mengkonsentrasikan salah satu bidang usaha di sektor transportasi yang beroperasi melayani rute Padang-Payakumbuh.PT.Sinamar yang sudah berdiri sejak tahun 2008. PT.Sinamar bergerak di jasa transportasi angkutan kota dalam provinsi.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2018:308),harga adalah sejumlah uang yang di tukarkan untuk sebuah produk atau jasa.Lebih jauh lagi,harga ada-lah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

**Tabel 1.1**  
**Harga PT.Sinamar Tahun 2021 - 2022**

No	Bulan	Tahun 2021	Tahun 2022
1	Januari	Rp.30.000	Rp.30.000
2	Februari	Rp.30.000	Rp.30.000
3	Maret	Rp.30.000	Rp.30.000
4	April	Rp.30.000	Rp.35.000
5	Mai	Rp.30.000	Rp.35.000
6	Juni	Rp30.000	Rp.30.000
7	Juli	Rp.30.000	Rp.30.000
8	Agustus	Rp.30.000	Rp.30.000
9	September	Rp.30.000	Rp.40.000
10	Oktober	Rp.30.000	Rp.40.000
11	November	Rp.30.000	Rp.40.000
12	Desember	Rp.30.000	Rp.40.000

Sumber : PT. Sinamar

Dari table di atas terdapat perbedaan harga dari tahun 2021 dan tahun 2022, pada tahun 2022 terjadinya kenaikan dan turunnya harga dari PT.Sinamar padang-payakumbuh.

Pada tahun 2021 harga dari PT.Sinamar normal dari awal tahun hingga sampai akhir tahun, pada tahun 2022 terdapat perbedaan harga/tarif pada bulan April s/d Mei dikarenakan sulitnya mendapatkan solar di PERTAMINA sehingga pihak PT.Sinamar terpaksa harus membeli solar eceran/literan dengan harga yg 2x lipat dari harga di Pertamina, kemudian pada bulan Mei solar kembali lancar di dapatkan sehingga membuat harga juga kembali normal. Pada 03 September 2022 pemerintah resmi menaikkan harga BBM sehingga pihak PT.Sinamar merasa tercekik atau terbebani.

Setelah penetapan harga, usaha yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan cara menciptakan pelayanan kepada pelanggan. Tercipta pelayanan yang baik terhadap pelanggan akan memberikan manfaat yang berarti bagi perusahaan. Salah satu bentuk manfaat yang didapat yaitu hubungan antar perusahaan dan pelanggan akan semakin baik dengan terbentuknya peningkatan pelanggan dalam jangka panjang. Ketika pelanggan merasa bahwa jasa yang diberikan sangat bagus dan sesuai dengan harapan, sehingga timbul kenyamanan dan kepercayaan terhadap jasa tersebut. Sehingga mereka tidak sungkan untuk memberitahu kepada yang lain tentang pelayanan yang terdapat di perusahaan tersebut.

Terutama dalam bisnis jasa, dalam pembahasan ini adalah perusahaan angkutan umum merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam



menilai angkutan tersebut seutuhnya, dan pelangganlah yang menilai seutuhnya. Pelayanan menurut Cristina dalam Khakim Lukman (2015) prespektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa *transfer*.

Permasalahan utama dari sistem angkutan umum sekarang ini sangat terkait dengan buruknya kualitas pelayanan, termasuk kenyamanan di dalam armada, keandalan, kemudahan akses, dan efisiensi. Kualitas dan pengelolaan angkutan umum yang buruk. Kondisi ini akan menyulitkan penataan sistem transportasi akan menjadi salah satu tugas yang sulit untuk dicapai. Salah satu upaya untuk meningkatkan pelayanan angkutan umum adalah dengan memperbanyak frekuensi keberangkatan di tiap pemberhentian, ketepatan jadwal, jaminan keamanan dan kenyamanan, yang diperoleh dengan biaya yang relative terjangkau salah satu yang diperkenalkan dalam sistem angkutan umum di wilayah kota padang untuk menjawab tersebut adalah hadirnya Bus AKDP (Angkutan Kota Dalam Provinsi ).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya. Dengan banyaknya perilaku bisnis, membuat pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, agar dapat bersaing dan mampu melangsungkan bisnisnya dengan mempertahankan konsumen sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan.

PT.Sinamar sebagai perusahaan swasta tentu saja hadir untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Akan tetapi bukan hanya PT.Sinamar sendiri yang bergerak di bidang transportasi angkutan umum ini, dilihat dari lingkungan bisnis begitu banyak bermunculan

pesaing-pesaing serupa seperti PT.Tin Tin, PT.Bahagia, PT.Harapan Mama, PT.Ayah Ibu, PT.Tranex Mandiri, dll. Sehingga secara tidak langsung menimbulkan persaingan antar PT yang bergerak di bidang ini.

PT.Sinamar memiliki harapan yang sangat besar terhadap pelanggan, seperti pelanggan yang loyal terhadap PT.Sinamar, selalu menggunakan jasa mereka untuk bepergian, selain itu pelanggan dapat terus menggunakan jasa mereka secara berkelanjutan dan merekomendasikan ke orang lain serta pelanggan yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi *intangible*. Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan keutuhan dan keinginan pelanggan, produk jasa menempatkan orientasi kepada pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai tujuan utama untuk merebut hati pelanggan dan membuat mereka setia.

Pelayanan perusahaan berpengaruh dalam pertumbuhan, perkembangan perusahaan. Yaitu dinilai dari ketertarikan pelanggan terhadap pelayanan di perusahaan tersebut. Sehingga pelayanan merupakan keseluruhan kesan yang bisa ditinggalkan pada pikiran pelanggan (terbaik). Perusahaan yang baik dalam pelayanan akan terjadi peningkatan pelanggan. Sedangkan pelayanan yang terjadi di PT. Sinamar lebih memprioritaskan harga yang sama dengan pelayanan yang kurang baik dari jasa transportasi lainnya.

Perusahaan yang memberikan komitmen pada pelanggan tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah tingkat keunggulan atas produk dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Setelah mencari informasi dan melakukan wawancara secara langsung kepada pelanggan dari

pengguna moda transportasi tersebut, adanya faktor-faktor yang menonjol, membuat dan membahas masalah loyalitas pelanggan di bidang usaha jasa angkutan umum PT.Sinamar ini. Penyedia jasa transportasi angkutan umum ini yang dipilih penulis sebagai objek penelitian adalah PT.Sinamar. Untuk judul skripsi yang dipilih oleh penulis adalah :**“PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT.SINAMAR PADANG-PAYAKUMBUH”**

### **1.2 Rumusan masalah**

Dari latar belakang masalah diatas diketahui ada beberapa faktor yaitu :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh harga dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan mengetahui tentang faktor-faktor yang mengetahui loyalitas pelanggan terhadap pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh dan juga merupakan syarat kelulusan program S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

2. Bagi Perusahaan Bus PT.Sinamar

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat di gunakan untuk menganalisis faktor-faktor apasaja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi PT.Sinamar Padang-Payakumbuh. Karna suatu perusahaan pasti ingin mendapatkan pelanggan tetap untuk bisnis mereka.

3. Bagi pembaca

Memberikan tambahan referensi dari hasil penelitian ini, sehingga dapat mengembangkan pemikiran-pemikiran logis yang nanti berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Teoritis**

##### **2.1.1 Loyalitas Pelanggan**

Tjiptono (2011:48), loyalitas pelanggan adalah Perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah dan sebagainya).

Menurut (Hasan, 2008), menyatakan bahwa : Loyalitas pelanggan sebagai orang yang membeli, khusus yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Menurut Oliver dalam Rizki Zulfikar (2018:66) Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang di pegang teguh untuk membeli kembali atau merepatronisasi yang di sukai layanan produk secara konsisten dan masa depan, terlepas dari pengaruh situasional dan pemasaran upaya membuat potensi untuk menyebabkan perilaku switching. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) menjelaskan bahwa loyalitas sebagai komitmen yang di pegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang di sukai di masa yang akan datang meskipun ada pengaruh situasional dan tindakan atau upaya pemasaran untuk beralih.

Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016:57) adalah :

1. *Repeat purchase* yaitu kesetiaan konsumen terhadap pembelian produk.
2. *Retention* yaitu ketahanan terhadap pengaruh yang negative mengenai perusahaan.

3. *Referalls* yaitu mereferensikan secara total eksistensi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasan ( 2013 :125-127) terdapat sembilan faktor yang mempengaruhi pelanggan yaitu :

1. Nilai yang di rasakan
2. Kepercayaan
3. Relasionalpelanggan
4. Harga
5. Reabiliti
6. Citra merek
7. Kualitas
8. Waktu tunggu
9. Kepuasan

### **2.1.2 Harga**

Harga menurut (Kotler dan Amstrong, 2009) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Menurut Tjibtono(2015) harga memainkan peran strategik dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu atau bahkan *costomer value* menjadi rendah. Sebaliknya jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian pelanggan mempersepsikan kualitas buruk. Seperti halnya elemen-elemen bauran pemasaran lainnya, bila di pergunakan secara tepat, maka harga dapat menjadi senjata starategik untuk bersaing secara strategik.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Pelanggan bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi pelanggan, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Pelanggan memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika pelanggan merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka pelanggan akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Pelanggan sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh pelanggan pada saat akan membeli produk tersebut.

Faktor-faktor penentu yang perlu dipertimbangkan perusahaan dalam menetapkan harga menurut Kotler dan Keller (2016: 491-492), yaitu:

1. Mengenal permintaan produk dan pesaing Besarnya permintaan produk dan banyaknya pesaing juga mempengaruhi harga jual, jadi jangan hanya menentukan harga semata-mata didasarkan pada biaya produksi, distribusi dan promosi saja.
2. Target pasar yang hendak dilayani atau diraih Semakin menetapkan target yang tinggi maka penetapan harga harus lebih teliti.
3. Marketing mix sebagai strategi
4. Produk baru Jika itu produk baru maka bisa ditetapkan harga yang tinggi ataupun rendah, tetapi kedua strategi ini mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing. Penetapan harga yang tinggi dapat menutup biaya riset, tetapi juga dapat menyebabkan produk tidak mampu bersaing di pasar. Sedangkan dengan harga yang rendah jika terjadi kesalahan peramalan pasar, pasar akan terlalu rendah dari yang diharapkan. Maka biaya-biaya tidak dapat tertutup sehingga perusahaan mungkin menderita kerugian.
5. Reaksi pesaing Dalam pasar yang semakin kompetitif maka reaksi pesaing ini harus selalu dipantau oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan harga yang dapat diterima pasar dengan mendatangkan keuntungan.
6. Biaya produk dan perilaku biaya
7. Kebijakan atau peraturan yang ditentukan oleh pemerintah dan lingkungan.

### **2.1.3Pelayanan**

Menurut Kotler (Laksana, 2018:85), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Tjiptono (Sunyoto, 2012:236), pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa



sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Maka berdasarkan pengertian pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan.

Tjiptono dan Chandra (2012:78) mengidentifikasi ada 10 indikator pelayanan, yang dirangkum menjadi 5 indikator yaitu,

1. Reliabilitas (reliability)
2. Daya Tanggap (responsiveness)
3. Jaminan (assurance)
4. Empati (empathy)
5. Bukti Fisik (tangibles)

Terdapat lima faktor dominan atau penentu pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (Tangible), yang memiliki indikator kualitas interior, kualitas eksterior, kenyamanan kursi dalam gerbong, kebersihan gerbong, kelengkapan fasilitas dalam gerbong, dan kerapihan seragam pramugari.
2. Empati (Empathy), memiliki indikator kemampuan pramugara/i berkomunikasi, keramahan pelanggan, kemampuan pelanggan memahami kebutuhan penumpang, dan sopan santun pelanggan.
3. Keandalan (Reliability), memiliki indikator kepercayaan penumpang pada kualitas layanan, pelanggan tidak membedakan pelayanan yang diberikan kepada penumpang, dan keakuratan pelayanan pramugari terhadap penumpang.

4. Daya tanggap (Responsiveness), memiliki indikator Pelanggan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan, kejelasan informasi tentang penundaan keberangkatan kereta api, perusahaan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan, dan inisiatif perusahaan dalam memberikan pelayanan pada penumpang.

5. Jaminan (Assurance), memiliki indikator ketepatan jadwal keberangkatan kereta, keamanan dalam perjalanan, jaminan keselamatan, jaminan ketepatan tempat duduk, dan keyakinan pelanggan pada kualitas layanan kereta api.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil
1	Bulan (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa'.	Hasil penelitian ini pada variabel harga, dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Untuk uji F dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama - sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada

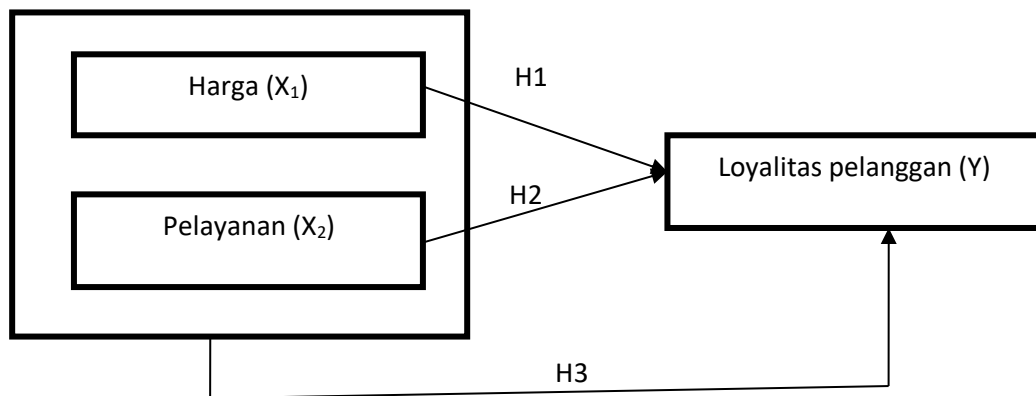
			PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa.
2	Aldo Asmoro, (2022)	Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Kampung Bu Tin Di Kecamatan Nawangan Kabupaten Pacitan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Harga (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Rumah Makan Ayam Kampung Pacitan. Hal tersebut karena nilai t hitung $2,503 > t$ tabel 1,987. Nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ (2) Fasilitas (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Rumah Makan Ayam Kampung Pacitan. Nilai t hitung $3,135 > nilai t$ tabel 1,987. Adapun untuk nilai signifikansi yaitu $0,046 < 0,05$ . (3)

			<p>Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Rumah Makan Ayam Kampung Pacitan. Nilai t hitung <math>4,068 &gt;</math> nilai t tabel <math>1,987</math>. Adapun untuk nilai signifikansi yaitu <math>0,000 &lt; 0,05</math> (4). harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel (Y) loyalitas konsumen sebesar <math>36,772 &gt;</math> F tabel <math>2,71</math> dan nilai signifikan yang diperoleh adalah <math>0,000 &lt; 0,05</math></p>
3	<p>Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si1(2019)</p>	<p>Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta</p>	<p>Kepuasan Pasien (X1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.</p>

			Harga (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.
4	Fifin Anggraini (2020)	<b>Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek</b>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Promosi berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan

			berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.
5	Faris Fakhrizal Purnawan (2017)	Pengaruh Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel & Carwash Gallery Mobil Di Gresik	menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan; kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan; dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### 2.3 Kerangka konseptual



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

Keterangan :

X1 = Harga

X2 = Pelayanan

Y = Loyalitas pelanggan

### 2.4 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan hubungan antara individu variable harga dan pelayanan di lingkungan kerja dapat di susun hipotesis penelitiann sebagai berikut:

H1 : Diduga harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sinamar Padang-Payakumbuh

H2 : Diduga pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.S inamar Padang-Payakumbuh

H3 : Diduga harga dan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Sinamar Padang-Payakumbuh.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positive, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, prngumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis ini bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (sugiyono,2018:8).

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di PT.Sinamar Padang yang beralamat di Jl. S. Parman No.229A, Ulak Karang Utara, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Sedangkan waktu yang di gunakan oleh penelitian dalam penelitian dalam penelitian ini adalah pada tanggal 1 Desember 2022 sampai dengan selesai.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah generelasasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.Dalam penelitian ini populsinya adalah pelanggan PT.Sinamar Padang.



### 3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik total sampling yaitu penentuan sampel bila semua anggota populasi yang digunakan sebagai sampel. Teknik ini sering di gunakan jika jumlah populasi relative kecil. Penelitian ini sendiri akan melibatkan 100 responden, yaitu pelanggan PT.Sinamar Padang.

### 3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variable

**Tabel 3.1**  
**Defenisi Operasional**

No	Variable Penelitian	Defenisi	Indikator	Ukuran
1	Loyalitas pelanggan (Y)	Mangisi Hasugian (2015;927) Loyalitas pelanggan adalah sebuah komitmen ysng kuat dalam berlangganan atau membeli suatu merek secara konsisten di masa akan datang	1.Repeat purchase 2.Retwntion 3.Referall	Skala Likert

2	Pengaruh harga (X1)	<p>Mangisi Hasugian (2015:926)</p> <p>Penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama akan mengarahkn pada loyalitas karena itu pihak perusahaan harus bertanggung jawab untuk menjaga merek tersebut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkau an harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</li> </ol>	Skala Likert
3		<p>Mangisi hasugian (2015:926)</p> <p>Kepuasan, kualitas jasa, citra, harga, kenyamanan dan kemudahan dalam mendapatkan merek, pelayananan dan garansi serta jaminan yang di berikan oleh merek</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliabilitas</li> <li>2. Daya tanggap</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Empati</li> <li>5. Bukti fisik</li> </ol>	Skala Likert

**a. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah di ketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang di butuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode yang di gunakan untuk mendapatkan data primer, dengan cara membuat suatu daftar pertanyaan secara sistematis dengan tujuan, mendapatkan data yang di berikan kepada responden untuk di jawab, dengan tujuan mendapatkan data yang di inginkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah cara yang di lakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber informasi khusus dari karangan buku.

**b. Skala Pengukuran**

Skala yang digunakan dalam angket penelitian ini adalah *Skala Likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengisian kusioner di ukur dengan

menggunakan skala likert dengan lima poin Adapun skor yang di berikan pada setiap jawaban responden yaitu (Sugiyono,2018:93):

**Tabel 3.2**  
**Tabel Skala Likert**

No	Pertanyaan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sngat Tidak Setuju	1

Tabel Skala Likert (Sugiyono,2018:93):

**c. Teknik Analisis Data**

**i. Statistik Asosiatif**

Analisis data asosiatif merupakan alat statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif/hubungan, disebut juga dengan teknik korelasi. Teknik korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada/tidaknya hubungan dan arah dari dua variabel atau lebih.

**ii. Uji Vliditas dan Uji Reabilitas**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu ukuran ysng menunjukkan tinggkat kevalitan atau keahlian suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tinggkat validitas rendah maka instrument tersebut kurang valid. Sebuah intrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variable yang teliti Riduwan, (2011). Ancok menjelaskan langkah-langkah

untuk menguji validitas instrument penelitian dengan menggunakan teknik analisis butir sebagai berikut :

- a) Mendefenisikan secara opsional konsep yang akan di ukur.
- b) Melakukan uji coba atas instrument yang telah disusun pada sebuah responden.
- c) Mempersiapkan table tabulasi jawaban.
- d) Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas atau kendala aadalah ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupak dimensi suatu variable dan di sususun dalam suatu bentuk kousioner. Atau dengan kata lain, untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaanya. Dinyatakan reliabl jika jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen yang reliable berarti intrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

### Penentuan Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk mencari tingkat capaian responden (TCR) terhadap kousioner adalah sebagai berikut (Sugiyono,2018:184).

$$TCR = \frac{\text{rata-rata}}{\text{skormaksimum}} \times 100\%$$

Selain itu juga ingin mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variable-variable bebas dengan variable terikatnya baik secara bersama-sama maupun secara persial. Spesifikasi yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$\hat{Y}=b_0+b_1X_1+b_2X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Loyalitas Pelanggan

$b_0$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi

$X_1$  = Pengaruh Harga

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

#### **d. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah pengujian data dalam penelitian untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam suatu penelitian apakah benar-benar memenuhi asumsi dasar regresi linear berganda. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang biasa.

##### **1. Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2006:147) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi tidak normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik *p-p plot*. Alat uji ini bisa disebut dengan K-S yang tersedia dalam program SPSS 20.00 *for windows*. Kriteria yang digunakan dalam tes ini adalah dengan

membandingkan antara tingkat signifikan yang didapat dengan tingkat *alpha* yang digunakan, dimana data tersebut dikatakan berdistribusi normal bila  $sig > \alpha$ .

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas, Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menganalisis matriks kolerasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum di pakai adalah nilai *tolerance* 0,01 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10,00 (Ghozali dalam Basuki, 2001:124).

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengujij apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode 1 dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika tidak kolerasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah pengujian uji Durbin Waston (uji DW ) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika  $d < dL$  atau  $d > 4-dL \rightarrow$  terdapat autokorelasi
- b. Jika  $dU < d < 4-dU \rightarrow$  tidak terdapat autokorelasi
- c. Jika  $dL < d < dU$  atau  $4-dU < d < 4-dL \rightarrow$  tidak dapat disimpulkan

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dioperasikan telah mempunyai varian yang sama (homogen) atau sebaliknya (heterogen). Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikan variabel bebasnya terdapat nilai absolute residual statistik diatas  $\alpha = 0,05$ . Model yang baik adalah tingkat terjadi heteroskedastisitas (Ghozali dalam Basuki, 2001:125).

Setelah terpenuhinya pengujian pada uji asumsi klasik, maka diperoleh persamaan linear berganda dugaan yaitu :

$$\hat{Y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Variable departemen yaitu Loyalitas Pelanggan

$X_1$  = Variable independen yaitu pengaruh Harga

$X_2$  = Variable independen yaitu kualitas Pelayanan

$b_0$  = Nilai Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefesien arah regresi

### 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

#### 1. Parsial (t)

Pengujian (t) pada dasarnya menunjukkan seberapa pengaruh suatu variable independen terhadap variable dependen secara individual menerangkan variabel dependen. Berikut formula atau rumus yang digunakan untuk uji statistic:



$$T : t = \frac{s\beta_n}{\beta_n}$$

Keterangan :

$\beta_n$  = Koefisien masing-masing variable

$s\beta_n$  = Standar error dari masing-masing variable hasil pengujian

terhadap statistik dengan standar signifikan  $\alpha=5\%$

Untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji hipotesis. Bentuk pengujian adalah sebagai berikut :

$H_0 : P =$  (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

$H_a : P \neq$  (ada pengaruh antara variable X terhadap Y)

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan sebesar 5% dan derajat kebebasan (d.f) = a/2, n-k-1, dapat diketahui perhitungan computer program SPSS.

Kesimpulan yang diambil adalah :

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen secara persial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen secara persial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## 2. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar persentase kemampuan model dalam menerangkan pengaruh semua variabel dependen terhadap variabel independennya memberikan semua informasi yang dibutuhkan

untuk memprediksikan variabel dependen. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model, formulasi model yang keliru dan kesalahan eksperimen rumus yang dapat digunakan adalah :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien determinasi

ESS = Explain sum square (jumlah kuadrat yang diterangkan)

TSS = Total sum square (jumlah total kuadrat)

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

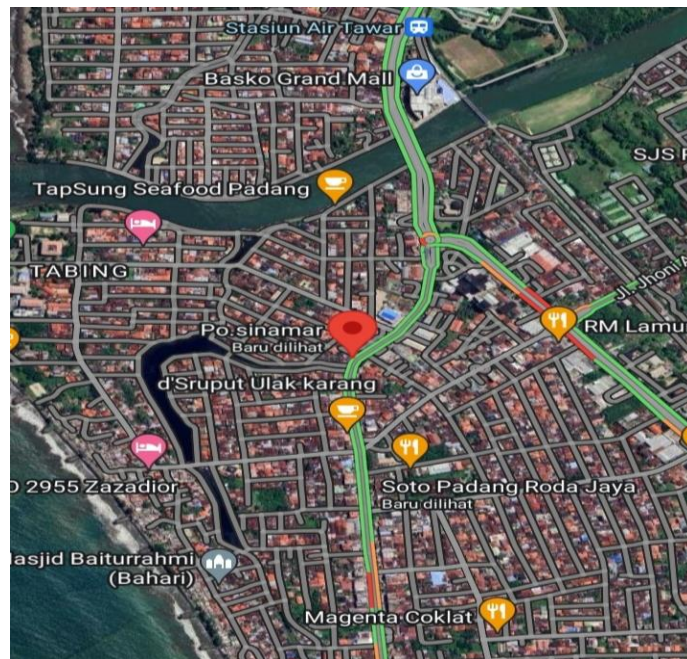
#### **4.1.1 SEJARAH SINGKAT PT.SINAMAR**

PT. Sinamar adalah sebuah angkutan transportasi angkutan umum yang berada di area padang- payakumbuh dari seorang sopir angkutan pedesaan (angdes) dari Kabupaten Limapuluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. Dia adalah Azizman,SH. Datuak Majo Kayo, yang kini naik tahta menjadi Owner PT. Sinamar dan memiliki 110 unit armada bus.

Usaha jasa transportasi angkutan umum PT. Sinamar ini di rintis dan dibangun ketika masih menjadi sopir angkutan pedesaan trayek Suliki-Payakumbuh tahun 2001 dia mengaku mendapat kepercayaan dari sebuah Bank, untuk diberikan pinjaman guna pengadaan 5 unit mobil mini bus engkel yang akan dikelola untuk usaha angkutan umum pedesaan (Angdes). Sebagai seorang sopir yang ingin merubah nasib, tawaran modal usaha pihak Bank tersebut langsung dia terima dan membeli 5 unit mobil jenis engkel merk Isuzu dan Mithsubisi dengan merek usaha PT. Sinamar berpusat di Kabupaten Limapuluh Kota.usaha angkutan pedesaan (Angdes) PT. Sinamar dengan izin trayek Suliki ke Payakumbuh itu, berkembang dengan baik karena prospek usaha angkutan umum yang dikekolanya ini cukup baik, maka pada tahun 2008. menambah mobil armada PT. Sinamar sebanyak 16 unit lagi untuk melayani trayek Angkutan Kota Dalam Provinsi (AKDP) Payakumbuh-Padang.

Pada saat usaha angkutan umum PT.Sinamar tampak berkembang, pada waktu itu ada pengusaha dari Bukittinggi ikut join usaha dengan mengabungkan 40

unit kendaraan miliknya ke PT. Sinamar. Namun sayangnya, join usaha itu tidak bertahan lama. Tapi, meskipun memiliki keterbatasan armada hanya 16 unit waktu itu, saya terus menjalankan usaha dengan tekun sekaligus merangkap sebagai sopir, Diakui Azizman,SH. Datuak Majo Kayo, setiap tahun usaha PT.Sinamar yang dikelolanya terus berkembang. Artinya, setiap tahun dia berhasil menambah jumlah armadanya, sehingga sampai pada tahun 2019, PT. Sinamar yang dikelola bersama istri tercintanya, Leni Hartati, sudah memiliki 110 unit armada bus yang setiap hari siap melayani para pelanggannya. PT Sinamar berlokasi Jl. S. Parman No.229A, Ulak Karang Utara, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat.



**Gambar 4.1 Lokasi PT Sinamar**

#### 4.1.2. Visi Dan Misi PT Sinamar

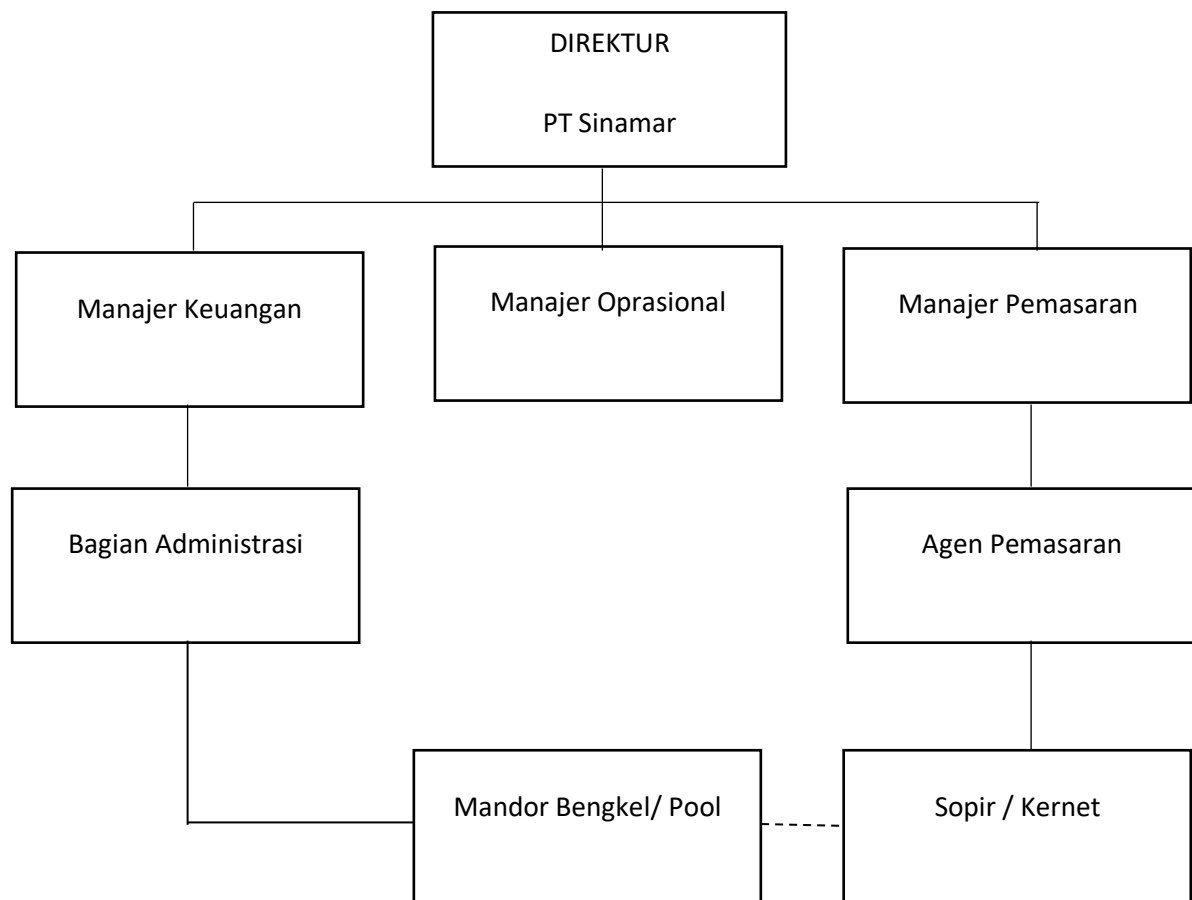
➤ **Visi**

Menjadi perusahaan transportasi yang kompetitif dengan mengutamakan kepuasan pelanggan

➤ **Misi**

- Pengembangan sistim manajemen yang profesional dan berkelanjutan
- Peningkatan nilai perusahaan untuk para pemegang saham
- Kesejahteraan kepada karyawan.

#### 4.1.3. Struktur Organisasi PT. Sinamar



## Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Sinamar

### 4.2 Gambaran Umum Responden

Kuesioner yang disebarkan sebanyak 100 sampel, semua kuesioner memenuhi kriteria karakter yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari umur dan jenis kelamin responden. Dalam pengisian kuesioner responden dibolehkan/tidak mengisi kolom nama untuk menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh responden.

#### 4.2.1. Data Jenis Kelamin Responden

Data responden berdasarkan data jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	41	41%
2	Perempuan	59	59%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer 2023*

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa responden paling banyak adalah perempuan dengan jumlah 59 orang atau 59% sedangkan laki-laki berjumlah 41 orang atau 41% .

#### 4.2.2. Karakteristik Usia Responden

Data responden berdasarkan karakteristik usia dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	Kurang dari 15 tahun	6	6%
2	15 - 25 Tahun	82	82%
3	26 - 35 Tahun	13	13%
4	36 - 45 Tahun	-	-
5	Lebih dari 45 tahun	1	1%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Primer 2023**

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden paling banyak adalah responden yang memiliki usia 15-25 sebanyak 82 responden dengan persentase 82%.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	PNS	1	1%
2	SWASTA	13	13%
3	TNI/POLRI	2	2%
4	PELAJAR/MAHASISWA	61	61%
5	PETANI	0	0%
6	LAIN-LAIN	24	24%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Primer 2023**

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa responden paling banyak adalah responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 61 responden dengan persentase 61%.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat mengumpulkan data. Adapun bentuk instrument pengumpulan data primer adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan *Skala Likert*. Teknik pengukuran yang diterapkan adalah berdasarkan rangking atau peringkat yang dinyatakan dimana responden hanya memilih satu dari alternatif yang disediakan yang diberi skor seperti terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.4**  
**Instrumen penelitian *skala likert***

<b>Pertanyaan Sikap</b>	<b>Skala Ukur</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

Untuk memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya maka digunakan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji Reliabilitas dengan menggunakan program SPSS sebagai berikut.



### 4.3.2. Uji validitas dan reabilitas

#### a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (instrumen) dalam menilai suatu objek penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pengujian Validitas pada taraf signifikan yang digunakan ( $\alpha$ ) 5%(0.05) Yaitu :

- a. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka kuesioner dinyatakan valid
- b. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner dinyatakan tidak valid

Kuesiner penelitian dari keseluruhan variabel terdiri dari 36 item. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pertanyaan dengan total skor keseluruhan variabel dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 4.5**  
**Uji validitas**

Variabel	Pertanyaan	$R_h$	$R_t$	Keterangan
<b>Pengaruh Harga (X1)</b>	P1	0,747	0,1946	Valid
	P2	0,680	0,1946	Valid
	P3	0,767	0,1946	Valid
	P4	0,862	0,1946	Valid
	P5	0,670	0,1946	Valid
	P6	0,804	0,1946	Valid
	P7	0,677	0,1946	Valid
	P8	0,834	0,1946	Valid
	P9	0,740	0,1946	Valid
	P10	0,723	0,1946	Valid
	P11	0,709	0,1946	Valid
	P12	0,474	0,1946	Valid
<b>Kualitas Pelayanan(X2)</b>	P13	0,846	0,1946	Valid
	P14	0,758	0,1946	Valid
	P15	0,741	0,1946	Valid
	P16	0,740	0,1946	Valid

	P17	0,782	0,1946	Valid
	P18	0,836	0,1946	Valid
	P19	0,631	0,1946	Valid
	P20	0,774	0,1946	Valid
	P21	0,739	0,1946	Valid
	P22	0,787	0,1946	Valid
	P23	0,737	0,1946	Valid
	P24	0,827	0,1946	Valid
	P25	0,790	0,1946	Valid
	P26	0,762	0,1946	Valid
	P27	0,722	0,1946	Valid
<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>	P28	0,666	0,1946	Valid
	P29	0,682	0,1946	Valid
	P30	0,799	0,1946	Valid
	P31	0,817	0,1946	Valid
	P32	0,779	0,1946	Valid
	P33	0,734	0,1946	Valid
	P34	0,761	0,1946	Valid
	P35	0,798	0,1946	Valid
	P36	0,736	0,1946	Valid

**Pengolahan Data : SPSS 2023**

Dari tabel diatas dapat diketahui hasil Pengujian validitas yaitu seluruh item yang dinyatakan valid pernyataan dalam setiap variabel memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga kuesioner penelitian dapat digunakan (dapat diterima).

Penyebaran kuesioner dalam uji validitas diberikan kepada 100 orang responden . Syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r_{tabel} = 0,1946$ . Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari 0,1946 maka butir pernyataan dalam instrumen tersebut tidak valid. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

**b. Uji Reliabilitas**

Selanjutnya butir instrumen yang telah valid di atas diuji reliabilitasnya dengan teknik *cronbuch alpha* yakni membandingkan nilai-nilai instrument  $> 0.60$ .

Berikut ini sajikan nilai reliabilitas untuk ketiga variabel (pengaruh harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan) yaitu:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y**

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Pengaruh Harga(X1)	0,915	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X2)	0,948	Reliabel
Loyalitas Pelanggan(Y)	0,902	Reliabel

*Pengolahan Data : SPSS 2023*

Berdasarkan tabel di atas, maka variabel pengaruh harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai variabel pengaruh harga (X1) sebesar  $0.915 > 0.60$  untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar  $0.948 > 0.60$  dan variabel terikat loyalitas pelanggan (Y) sebesar  $0.902 > 0.60$ . Berdasarkan hasil tersebut jika nilai reliabilitas semakin mendekati 1, maka instrumen penelitian semakin baik. Nilai reliabilitas instrumen di atas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena sudah mendekati 1 ( $>0.60$ ).

### c. TCR (Tingkat Capaian Responden)

Pada bab sebelumnya peneliti telah memaparkan bahwa dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu pengaruh harga (X1) kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

## 1. Tabulasi Pendapat Responden Mengenai Variabel pengaruh harga (X1)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang pengaruh harga (X1), terlihat bahwa tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel 4.6 dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

**Tabel 4.7**  
**Tabulasi Data Responden Variabel pengaruh harga(X1)**

No	Kode Kuesioner	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	TCR (%)	KET
1.	X1.1	30	52	11	4	3	80.4	Sangat setuju
2.	X1.2	27	58	12	2	1	81.6	Sangat setuju
3.	X1.3	21	59	14	5	1	78.8	Setuju
4.	X1.4	19	53	20	6	2	76.2	Setuju
5.	X1.5	20	44	28	4	4	74.4	Setuju
6.	X1.6	24	48	21	5	2	77.4	Setuju
7.	X1.7	27	51	17	4	1	79.8	Setuju
8.	X1.8	17	56	21	5	1	76.6	Setuju
9.	X1.9	25	54	18	2	1	80,0	Sangat setuju
10.	X1.10	17	47	26	8	2	73,8	Setuju
11.	X1.11	22	50	22	5	1	77,4	Setuju
12.	X1.12	23	49	21	5	2	77,2	Setuju
TOTAL RATA RATA TCR							77,8	Setuju

### *Pengolahan Data Excel*

Dari tabel 4.6 dapat diperoleh informasi bahwa X1.1 tentang harga tariff PT.Sinamar terjangkau untuk masyarakat dengan kriteria sangat setuju hasil TCR( 80,4%), X2.2 tentang harga yang di berikan PT. Sinamar sesuai dengan jarak yang di tempuh dengan kriteria sangat setuju hasil TCR (81.6%), dan X1.9 tentang transportasi PT. Sinamar sangat bermanfaat bagi mahasiswa karna harganya terjangkau dengan kriteria sangat setuju hasil TCR (80.0%). Nilai rata-rata variabel Pengaruh Harga mendapatkan total capaian responden adalah 77.8% dengan

kriteria setuju. Artinya responden memiliki pengaruh harga yang sangat baik di PT Sinamar padang-payakumbuh.

## 2. Tabulasi Pendapat Responden Mengenai Variabel kualitas pelayanan (X2)

Berdasarkan data yang dikumpul dari tentang kualitas pelayanan (X2), terlihat bahwa tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel 4.7 dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden.

**Tabel 4.8**  
**Tabulasi Data Responden Variabel kualitas pelayanan (X2)**

No	Kode Kuesioner	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	TCR (%)	KET
1.	X2.1	19	47	28	4	2	75.4	Setuju
2.	X2.2	19	49	23	6	3	75.0	Setuju
3.	X2.3	15	46	30	6	3	72.8	Setuju
4.	X2.4	24	47	21	3	5	76.4	Setuju
5.	X2.5	16	50	27	6	1	74.8	Setuju
6.	X2.6	20	45	29	5	1	75.6	Setuju
7.	X2.7	22	47	26	3	2	76.8	Setuju
8.	X2.8	24	45	25	3	3	76.8	Setuju
9.	X2.9	18	35	31	13	3	70,4	Setuju
10.	X2.10	16	39	29	10	6	69,8	Setuju
11.	X2.11	22	48	25	2	3	76,8	Setuju
12.	X2.12	18	44	34	4	0	75,2	Setuju
13.	X2.13	15	49	28	7	1	74,0	Setuju
14.	X2.14	19	47	30	2	2	75,8	Setuju
15.	X2.15	23	47	23	3	4	76,4	Setuju
TOTAL							74,8	Setuju

### *Pengolahan Data Excel*

Dari tabel 4.7 dapat diperoleh informasi bahwa nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan mendapatkan total capaian responden adalah 74.8% dengan kriteria setuju. Artinya responden memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik di PT Sinamar padang-payakumbuh.

### 3. Tabulasi Pendapat Responden Mengenai Variabel loyalitas pelanggan

(Y)

Berdasarkan data yang dikumpul dari kuesioner tentang loyalitas pelanggan (Y), terlihat bahwa tabulasi dari jawaban responden dari item-item variabel tersebut tampak pada tabel 4.8 dibawah ini. Berikut hasil tabulasi jawaban responden

**Tabel 4.9**  
**Tabulasi Data Responden Variabel Loyalitas pelanggan (Y)**

No	Kode Kuesioner	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	TCR (%)	KET
1.	Y.1	15	53	25	3	4	74,4	Setuju
2.	Y.2	25	36	26	8	5	73,6	Setuju
3.	Y.3	19	40	30	10	1	73,2	Setuju
4.	Y.4	22	43	26	6	3	75,0	Setuju
5.	Y.5	16	40	33	5	6	71,0	Setuju
6.	Y.6	22	37	31	8	2	73,8	Setuju
7.	Y.7	19	49	22	7	3	74,8	Setuju
8.	Y.8	23	50	21	6	0	78,0	Setuju
9.	Y.9	21	41	29	6	3	74,2	Setuju
TOTAL							74,2	Setuju

*Pengolahan Data Excel*

Dari tabel 4.8 dapat diperoleh informasi bahwa nilai rata-rata variabel Loyalitas Pelanggan mendapatkan total capaian responden adalah 74.2% dengan kriteria setuju. Artinya responden memiliki loyalitas pelanggan yang sangat baik di PT Sinamar padang-payakumbuh.

### 4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.10**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.401	2.561		.547	.586
PENGARUH HARGA	.482	.083	.602	5.799	.000
KUALITAS PELAYANAN	.137	.065	.220	2.120	.037

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

*Pengolahan Data : SPSS 2023*

Dari tabel 4.9 dapat dilihat persamaan linear berganda yaitu sebagai berikut

:

$$a \text{ (konstanta)} = 1.401$$

$$b_1 \text{ (koefisien regresi } X_1) = 0.482$$

$$b_2 \text{ (koefisien regresi } X_2) = 0.137$$

persamaan regresi berganda adalah :

$$\hat{Y} = 1,401 + 0,482X_1 + 0,137X_2$$

### 4.3.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda yang digunakan.

Terdapat empat asumsi klasik yang harus dipenuhi sebelum dilakukan regresi pada model persamaan yaitu :

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.97421293
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.054
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

***Pengolahan Data : SPSS 2023***

Dari Tabel 4.10 terlihat bahwa hasil uji menyatakan bahwa nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)*  $0.125 > \alpha = 0.05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal, karena nilai signifikan dari uji normalitas untuk masing-masing variabel lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha = 0,05$ ) yaitu  $0.125 > \alpha = 0.05$



### b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.401	2.561		.547	.586		
PENGARUH HARGA	.482	.083	.602	5.799	.000	.360	2.780
KUALITAS PELAYANAN	.137	.065	.220	2.120	.037	.360	2.780

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0.10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinearitas antar semua variabel (bebas) Pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dalam penelitian ini berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas. Model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dioperasikan telah mempunyai variance yang sama (homogen) atau sebaliknya (heterogen). Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas, akan digunakan uji Glejser. Model

regresi tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikan variabel bebasnya terhadap nilai absolut residual statistic di atas  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.401	2.561		.547	.586
	PENGARUH HARGA	.482	.083	.602	5.799	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.137	.065	.220	2.120	.037

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Dalam uji ini, apabila hasilnya  $\text{sig } \alpha > \alpha = 0,05$  maka tidak terdapat gejala heteroskedasitas, Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Pada tabel 4.12 dapat dilihat nilai sig. 0.000 untuk variabel pengaruh harga dan 0.037 untuk variabel kualitas pelayanan. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada penelitian ini.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode 1 dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika tidak kolerasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah pengujian uji Durbin Waston (uji DW) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $d < dL$  atau  $> 4-dL \rightarrow$  terdapat autokorelasi
- b. Jika  $dU < d < 4-dU \rightarrow$  tidak terdapat autokorelasi

c. Jika  $dL < d < dU$  atau  $4-dU < d < 4-dL \rightarrow$  tidak dapat disimpulkan

Hasil uji Durbin-Watson (DW test) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.790 <sup>a</sup>	.624	.616	4.01498	1.908

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH HARGA

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Dari output SPSS di atas diketahui bahwa:

- Uji statistik

$$d = 1,908$$

$$dL = 1,6337$$

$$dU = 1,7152$$

$$(4-dL) = 2,3663$$

$$(4-dU) = 2,2848$$

Nilai DW terletak diantara dU dan (4-dU)

- Keputusan

Hasil perhitungan diatas bahwa nilai DW sebesar 1,908 terletak diantara nilai

dU dan (4-dU) sebesar 1,7152 dan 2,2848 ( $dU < d < 4-dU$ ) atau ( $1,7152 <$

$1,908 < 2,2848$ ) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi

dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.3.5. Uji Hipotesis

Uji yang bertujuan untuk menarik kesimpulan mengenai suatu populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel populasi tersebut, maka dilakukan uji statistik sebagai berikut:

##### a. Uji Parsial (uji t)

**Tabel 4.15**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.401	2.561		.547	.586
	PENGARUH HARGA	.482	.083	.602	5.799	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.137	.065	.220	2.120	.037

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada Tabel 4.15, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut :

- 1) Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pengaruh harga berpengaruh sig terhadap loyalitas pelanggan. Dapat dilihat pada Tabel 4.15 bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.799 > 1.660$  dengan nilai  $sig 0.000 < \alpha = 0.05$ . Hal ini berarti bahwa pengaruh harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh sig terhadap loyalitas pelanggan. Dapat dilihat pada Tabel 4.15 bahwa nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.120 > 1.660$  dengan nilai sig  $0.037 < \alpha = 0.05$ . Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

### b. Uji Simultan (F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ),

**Tabel 4.16**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2590.358	2	1295.179	80.346	.000 <sup>b</sup>
Residual	1563.642	97	16.120		
Total	4154.000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH HARGA

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 80,346 dengan  $F_{tabel}$  sebesar 3,089 Sehingga  $F_{hitung} 80,346 > 3,089 F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan  $0.000 < \alpha = 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

$$F_{tabel} = (k:n-k) = (2:100-2) = (2 : 98) = 3,089$$

1. Karna nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka pengaruh harga dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.17**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 <sup>a</sup>	.624	.616	4.01498

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH HARGA

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Dari tabel 4.16 diatas dapat diperoleh R squarenya didapat yaitu sebesar 0.624 atau 62,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sambungan pengaruh variabel independen (pengaruh harga dan kualitas pelayanan) terhadap dependen (loyalitas pelanggan) sebesar 62,4% atau dengan kata lain variabel independen yang digunakan dalam model (pengaruh harga dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 62,4% sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### 4.4 Interpretasi Persamaan Regresi Linier Berganda

$$\hat{Y} = 1,401 + 0,482X_1 + 0,137X_2$$

Persamaan regresi dengan diperoleh memenuhi syarat--syarat statistik yaitu asumsi klasik, uji t, dan uji f, maka persamaan garis regresi dugaan dapat digunakan sebagai alat pengukur yaitu:

**1)  $\beta_0$  (konstanta) ( $\alpha$ )**

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 1,401 satuan hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) bernilai konstan, maka loyalitas pelanggan 1,401 satuan.

## 2) Koefisien variabel harga ( $X_1$ )

Nilai koefisien regresi variabel harga ( $X_1$ ) diperoleh sebesar 0,482 satuan hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel harga ( $X_1$ ) sebesar satu satuan maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sebesar 4,82% dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dianggap tetap.

## 3) (koefisien regresi $X_2$ )

Nilai koefisien regresi loyalitas pelanggan ( $X_2$ ) di peroleh sebesar 0,137 satuan hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) sebesar 1% maka akan mempengaruhi loyalitas ( $Y$ ) sebesar 1,37% dengan asumsi variabel kepercayaan ( $X_1$ ) di anggap tetap.

## 4.5. Pembahasan

### A. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Pt. Sinamar

#### Padang-Payakumbuh

Koefisien regresi variabel harga dengan nilai  $t$  yang dihitung sebesar 5.799 satuan dan nilai signifikansi ( $\text{sig}$ ) sebesar 0,000.  $t_{\text{tabel}}$  atau 5.799 > 1,660 yaitu  $H_a$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak. Bisa disimpulkan harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Pt.Sinamar Padang-Payakumbuh. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2020) "*Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek*" yang menyatakan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

## **B. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pt.**

### **sinamar Padang-Payakumbuh**

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dengan skor  $t$  sebesar 2.120 satu dan nilai  $t$ -tabel (signifikansi =  $0.037 < \alpha = 0.05$ ), maka koefisien kualitas pelayanan variabel kontrol sebesar 1,660. Dapat kita lihat di atas jika  $t_{hitung} < t > 1,660$ . Dapat diketahui bahwa untuk  $t_{hitung} < t > 1,660$  maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima sementara hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pt. Sinamar Padang-Payakumbuh. Hal ini sejalan dengan penelitian Wijaya (2019) "*A nalisis pengaruh kepuasan pasien, Kualitas pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta*" yang menyatakan kualitas pelayanan signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

## **C. Pengaruh harga, kualitas pelayanan, terhadap loyalitas pelanggan pada Pt. Sinamar Padang-Payakumbuh.**

Koefisien regresi variabel loyalitas pelayanan berdasarkan pengujian  $F$  disimpulkan bahwa nilai  $F$  yang dihitung lebih besar dari nilai  $F$  tabel, yaitu dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 80,346 satuan dengan  $F_{tabel}$  sebesar 3,089 satuan. Sehingga  $F_{hitung} 80,346 > 3,089 F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan  $0.000 < \alpha = 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Koefisien penentuan loyalitas pelanggan



pada Pt. Sinamar Padang-Payakumbuh R squarenya didapat yaitu sebesar 0.624 atau 62,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sambungan pengaruh variabel independen (pengaruh harga dan kualitas pelayanan) terhadap dependen (loyalitas pelanggan) sebesar 62,4% atau dengan kata lain variabel independen yang digunakan dalam model (pengaruh harga dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 62,4% sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2020) "*Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek*" yang menyatakan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel pengaruh harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.799 > 1.660$  dengan nilai  $sig\ 0.000 < \alpha = 0.05$ . sebagai variabel independen pengaruh harga mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.120 > 1.660$  dengan nilai  $sig\ 0.037 < \alpha = 0.05$ . sebagai variabel independen kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) bahwa variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan, memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar  $80,346$  dengan  $F_{tabel}$  sebesar  $3,089$  Sehingga  $F_{hitung} 80,346 > 3,089 F_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  sebesar  $62,4\%$ . Hal ini menunjukkan kedua variabel pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Sinamar padang-payakumbuh sedangkan sisanya  $37,6\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 5.2.Saran

### 1) Pengaruh harga

- Perusahaan harus dapat lebih mengkomunikasikan persepsi harga dimana hal itu merupakan upaya agar pelanggan dapat lebih mengetahui dan mengerti persepsi harga dan di tetapkan perusahaan sehingga dapat lebih membentuk hubungan yang lebih baik antara pelanggan dengan perusahaan.
- Perusahaan seharusnya lebih memperhatikan tentang harga jika bahan bakar minyak solar sudah turun maka akan lebih baikkah jika harga di kondisikan kembali

### 2) Kualitas pelayanan

Perusahaan harus lebih meningkatkan lagi jaminan terhadap pelanggan seperti tidak pernah lupa memberikan tiket kepada pelanggan, agar pelanggan merasa aman dan nyaman saat menggunakan transportasi umum di PT. Sinamar Padang-Payakumbuh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). "**Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek**". *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>.
- Asmoro, Aldo (2022) **Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Kampung Bu Tin Di Kecamatan Nawangan Kabupaten Pacitan**. Skripsi (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Bulan (2006) "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa**". *Aceh*: Universitas samudra
- Faris Fakhri Purnawan, (2017) "**Pengaruh Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel & Carwash Gallery Mobil Di Gresik**". Undergraduate thesis, Universitas Internasional Semen Indonesia.
- Kotler, amstrong.(2016) "**principles of marketing sixteenth edition global edition**". England. Person education limited.
- Kotler, K.(2009). "**Manajemen Pemasaran 1**".Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2018). "**Principles of Marketing**", 17th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). "**Manajemen Pemasaran**".edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Lukman Hakim, A.F (2015). "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Interfening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima**". Jakarta: Journal Of Management Ekonomi Vol 1No 1.
- Sugiyono.(2018). "**Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)**". Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.(2012). "**Service, Quality Satisfaction**". Jogjakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2011). "**Service Management Mewujudkan Layanan Prima**".Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). "**Strategi Pemasaran**", Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Wijaya, P. S. M., & Lomi, R. (2019). "*Analisis pengaruh kepuasan pasien, kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta*". *Jurnal Optimal*, 16(2), 61-77.

Zulfikar, Rizki (2018). "*Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toserba X Di Kota Bandung*".

## KUESIONER PENELITIAN

### **Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Sinamar Padang-Payakumbuh**

Dengan hormat,Kepada Bapak/ Ibu / Saudara PT. Sinamar padang-payakumbuh, Perkenalkan saya Rafikhi Usman, mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas muhammadiyah Sumatera Barat Angkatan 2018. Saat ini sedang melaksanakan penelitian untuk tugas akhir dengan topik **“Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.Sinamar Padang-Payakumbuh.”** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan pelayanan terhadap loyalitas penumpang pada PT. Sinamar padang-payakumbuh. Maka sangat dibutuhkan pendapat dari responden untuk melengkapi penelitian ini. Informasi yang diberikan sangat berarti untuk penelitian dan juga demi terwujudnya loyalitas pelanggan yang baik untuk masa yang akan datang. Atas bantuannya peneliti ucapkan terimakasih.

NAMA :

JENIS KELAMIN :

- LAKI – LAKI
- PEREMPUAN

BERAPA USIA ANDA SAAT INI :

- Kurang dari 15 tahun
- 15-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- Lebih dari 45 tahun

PEKERJAAN :

- PNS
- SWASTA
- TNI/PORLI
- PELAJAR/MAHASISWA
- PETANI

- LAIN-LAIN

Berapa kali naik armada bus PT. Sinamar Padang-Payakumbuh

- DUA KALI
- LEBIH DUA KALI

### **Petunjuk Pengisian**

1. Isilah kuesioner ini dengan sebaik-baiknya
2. Bacalah terlebih dahulu dengan cermat sebelum mengisi jawaban
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia pada lembaran kuesioner dengan memberi tanda (V) pada jawaban yang dianggap paling benar
4. Atas partisipasi dalam pengisian kuesioner ini, terlebih dahulu peneliti ucapkan terimakasih.

### **Keterangan skor**

1. (Sangat Tidak Setuju)
2. (Tidak Setuju)
3. (Ragu-Ragu)
4. (Setuju)
5. (Sangat Setuju)

### **LOYALITAS PELANGGAN**

Kesetiaan

1. Saya akan melakukan pembelian ulang di PT. Sinamar sebagai transportasi Padang-Payakumbuh
2. Saya hanya akan memilih PT. Sinamar sebagai transportasi umum untuk bepergian Padang-Payakumbuh
3. Saya akan menyesuaikan jam keberangkatan PT. Sinamar dengan jam keberangkatan pulang saya ke Padang-Payakumbuh

### Ketahanan

1. Saya akan merekomendasikan PT. Sinamar sebagai transportasi umum yang memberikan pelayanan yang baik
2. Saya hanya akan menaiki /menggunakan PT. Sinamar sebagai transportasi umum untuk perjalanan Padang-Payakumbuh
3. Saya akan tetap menggunakan/memilih PT. Sinamar sebagai transportasi umum Padang-Payakumbuh

### Eksistensi

1. Saya akan menceritakan hal positif dari PT. Sinamar kepada teman dan keluarga
2. Saya merasa nyaman menggunakan PT. Sinamar sebagai transportasi umum karena pelayanannya yang baik
3. Saya merasa senang menggunakan PT. Sinamar sebagai transportasi umum karena driver yang baik dan ramah

## **PENGARUH HARGA**

### Keterjangkauan Harga

1. Harga tarif transportasi PT. Sinamar terjangkau untuk masyarakat
2. Harga yang di berikan PT. Sinamar sesuai dengan jarak yang di tempuh
3. Harga yang di berikan PT. Sinamar cocok di kantong mahasiswa

### Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

1. Saya menggunakan jasa transportasi PT. Sinamar harga yang di tetapkan sesuai dengan layanan yang di berikan
2. Kebersihan dari transportasi PT. Sinamar membuat saya tidak merasa rugi
3. Kenyaman saya peroleh dari PT. Sinamar sebagai transportasi umum dengan harga yang terjangkau

### Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

1. Harga tiket PT. Sinamar sangat sesuai bagi mahasiswa untuk pergi ke Padang-Payakumbuh
2. Harga tiket sesuai dengan manfaat yang saya rasakan



3. Transportasi PT. Sinamar sangat bermanfaat bagi mahasiswa karna harganya terjangkau

#### Daya Saing Harga

1. Harga tiket lebih ramah kantong di bandingkan transportasi lain
2. Harga tiket PT. Sinamar dapat bersaing dengan transportasi lain
3. Harga tiket transportasi PT. Sinamar sama dengan transportasi lainnya

#### Kualitas Pelayanan

##### Reability

1. Pegawai PT. Sinamar sigap dalam melayani konsumen
2. Pegawai PT. Sinamar dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan Pelanggan
3. Pelayanan pegawai PT. Sinamar tepat waktu

##### Daya tanggap

1. Pelayanan saat di kasir PT. Sinamar cepat
2. *Customer service* selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada pelanggan
3. *Customer service* selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat

##### Jaminan

1. Pegawai PT. Sinamar tidak pernah lupa memberikan tiket kepada pelanggan
2. Merasa aman dan nyaman dalam berkendara dengan transportasi PT. Sinamar
3. Transportasi PT. Sinamar selalu sedia P3K

##### Empaty

1. Pegawai PT. Sinamar memberikan perhatian individual kepada para pelanggannya
2. PT. Sinamar selalu mengutamakan kepentingan pelanggan
3. PT. Sinamar memiliki jam operasional yang nyaman

### Bukti Fisik

1. Kondisi ruangan tunggu PT. Sinamar tertata rapi, dan bersih
2. Penampilan dari driver PT. Sinamar rapi
3. Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman

## LAMPIRAN

### Lampiran Tabulasi Harga

NO	PENGARUH HARGA												TOTAL
1	4	4	4	4	1	1	4	4	3	3	3	3	42
2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	47
3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	62
4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	47
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	51
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
7	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	45
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	64
10	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	56
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	51
12	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	62
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	50
14	4	5	2	3	4	5	2	4	3	3	5	5	49
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
16	5	4	3	2	3	1	3	3	3	1	4	5	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	62
18	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	50
19	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	54
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	55
22	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	47
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	5	50
24	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	59
25	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	42
26	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	57
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
28	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	57
29	4	5	5	4	3	3	4	4	5	2	4	5	52
30	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	49
31	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	49
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
33	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	31





## Lampiran Tabulasi Kualitas Pelayanan

NO	KUALITAS PELAYANAN															TOTAL
	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1	
1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1	20
2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	56
3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	63
4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	47
5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	58
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
7	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	35
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
9	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	70
10	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	58
11	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	53
12	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	69
13	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	52
14	3	2	5	2	5	3	5	3	4	3	5	3	3	5	1	52
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	3	1	3	3	3	3	1	1	5	5	5	5	2	5	5	50
17	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	4	66
18	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	51
19	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	60
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
21	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	55
22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	63
23	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	52
24	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	52
25	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3	3	1	1	37
26	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	65
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
28	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	47
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
31	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33	2	2	4	3	5	3	2	5	2	2	3	4	3	4	3	47
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	46
35	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74



76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
77	3	3	1	5	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	3	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
79	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	56
80	3	3	1	3	3	3	3	4	1	3	4	3	4	3	3	44
81	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	60
82	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	70
83	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	51
84	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	57
85	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	56
86	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	39
87	3	5	5	5	2	5	3	3	4	2	1	2	2	4	5	51
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
89	4	5	4	5	4	3	5	3	5	3	4	3	3	4	1	56
90	3	3	2	1	2	5	5	2	4	1	5	3	4	4	4	48
91	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	64
92	3	3	3	1	3	3	3	5	2	1	3	3	4	3	5	45
93	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
94	4	4	4	5	5	3	5	5	4	2	5	5	4	5	5	65
95	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	53
96	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	68
97	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	55
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
99	2	2	2	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	41
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	70



## Lampiran Tabulasi Loyalitas Pelayanan

No	LOYALITAS PELANGGAN									TOTAL
1	4	4	4	4	4	3	3	4	1	31
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	40
4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	27
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	3	3	2	3	3	2	5	4	4	29
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
9	3	5	5	5	5	5	5	4	5	42
10	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
11	4	3	3	4	3	4	3	4	3	31
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
14	3	3	3	4	4	3	2	3	2	27
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	3	1	1	1	1	1	1	3	2	14
17	5	3	5	5	5	5	5	5	5	43
18	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
19	5	5	3	5	5	5	4	5	4	41
20	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33
21	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
22	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36
23	4	3	4	3	3	4	3	4	4	32
24	4	4	5	3	4	4	4	3	4	35
25	4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
26	5	5	2	5	3	4	4	5	4	37
27	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
28	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40
29	4	3	3	4	3	3	4	4	3	31
30	4	3	4	3	2	3	4	3	3	29
31	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	1	1	2	2	1	2	2	2	1	14
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
35	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
36	3	5	5	5	4	5	4	5	5	41

37	3	3	4	2	3	5	3	5	5	33
38	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
39	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
40	3	3	4	3	4	4	2	3	4	30
41	1	3	2	2	3	4	1	2	4	22
42	4	5	5	4	5	2	4	5	2	36
43	3	2	3	2	3	3	3	3	4	26
44	2	5	4	4	4	4	4	4	4	35
45	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
46	4	3	3	3	3	3	4	4	3	30
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
48	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	4	4	3	4	3	3	3	4	3	31
51	4	3	3	4	3	4	4	3	3	31
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
53	4	3	4	4	2	3	4	4	4	32
54	4	4	4	4	5	3	5	4	3	36
55	1	3	3	3	3	3	3	3	3	25
56	4	5	5	4	3	3	5	4	4	37
57	4	4	5	4	4	5	5	4	4	39
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	3	5	3	5	4	5	4	5	5	39
60	4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
61	3	3	2	2	2	3	3	2	3	23
62	3	4	2	3	4	3	3	4	1	27
63	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
64	3	4	4	4	3	3	3	3	3	30
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	4	4	3	3	4	2	3	4	31
68	4	4	3	3	3	4	3	4	4	32
69	3	4	3	3	1	2	4	3	3	26
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
71	3	3	3	3	4	4	4	5	5	34
72	3	3	3	4	3	4	4	4	3	31
73	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
75	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34

76	4	1	4	4	4	4	4	4	4	33
77	4	4	2	3	1	2	2	2	2	22
78	4	4	4	3	3	3	4	4	5	34
79	3	2	4	3	2	3	4	3	3	27
80	4	3	3	3	1	2	4	4	3	27
81	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36
82	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
83	3	5	3	4	4	5	3	3	3	33
84	5	4	4	5	4	5	4	4	3	38
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
86	1	2	2	1	1	4	3	2	3	19
87	5	5	4	1	3	5	2	5	2	32
88	3	5	3	3	3	3	3	3	3	29
89	5	3	3	4	3	3	4	4	5	34
90	4	5	4	3	4	3	4	5	5	37
91	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41
92	2	1	3	3	5	1	3	4	3	25
93	4	3	2	4	3	4	3	3	3	29
94	5	5	3	4	4	2	1	5	4	33
95	2	2	3	4	4	4	3	3	3	28
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
97	4	2	4	5	2	3	4	4	3	31
98	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
99	3	2	2	2	3	2	2	2	2	20
100	5	1	5	5	5	5	5	5	5	41

## Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.790 <sup>a</sup>	.624	.616	4.01498	1.908

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH HARGA

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

## Uji f

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2590.358	2	1295.179	80.346	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1563.642	97	16.120		
	Total	4154.000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH HARGA

## Uji t/Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.401	2.561		.547	.586
	PENGARUH HARGA	.482	.083	.602	5.799	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.137	.065	.220	2.120	.037

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

## Uji normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.97421293
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.054
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## Uji multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.401	2.561		.547	.586		
PENGARUH HARGA	.482	.083	.602	5.799	.000	.360	2.780
KUALITAS PELAYANAN	.137	.065	.220	2.120	.037	.360	2.780

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

## Uji validitas

		Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.702**	.645**	.588**	.325**	.487**	.631**	.563**	.423**	.330**	.520**	.345**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.702**	1	.514**	.497**	.367**	.537**	.535**	.442**	.521**	.316**	.414**	.242*	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.645**	.514**	1	.611**	.344**	.517**	.693**	.563**	.421**	.441**	.582**	.423**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.588**	.497**	.611**	1	.553**	.637**	.517**	.721**	.675**	.649**	.465**	.208*	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.038	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.325**	.367**	.344**	.553**	1	.640**	.272**	.458**	.578**	.528**	.473**	.269**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.006	.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.487**	.537**	.517**	.637**	.640**	1	.466**	.690**	.587**	.619**	.464**	.275**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.631**	.535**	.693**	.517**	.272**	.466**	1	.524**	.420**	.405**	.312**	.187	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006	.000		.000	.000	.000	.002	.063	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.563**	.442**	.563**	.721**	.458**	.690**	.524**	1	.597**	.625**	.529**	.288**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.423**	.521**	.421**	.675**	.578**	.587**	.420**	.597**	1	.608**	.459**	.173	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.085	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.330**	.316**	.441**	.649**	.528**	.619**	.405**	.625**	.608**	1	.441**	.228*	.723**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.520**	.414**	.582**	.465**	.473**	.464**	.312**	.529**	.459**	.441**	1	.532**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	.345**	.242*	.423**	.208*	.269**	.275**	.187	.288**	.173	.228*	.532**	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000	.038	.007	.006	.063	.004	.085	.022	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.747**	.680**	.767**	.826**	.670**	.804**	.677**	.839**	.740**	.723**	.709**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## Uji validitas

Variabel	Pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>PENGARUH HARGA (X1)</b>	P1	0,747	0,1946	Valid
	P2	0,680	0,1946	Valid
	P3	0,767	0,1946	Valid
	P4	0,862	0,1946	Valid
	P5	0,670	0,1946	Valid
	P6	0,804	0,1946	Valid
	P7	0,677	0,1946	Valid
	P8	0,834	0,1946	Valid
	P9	0,740	0,1946	Valid
	P10	0,723	0,1946	Valid
	P11	0,709	0,1946	Valid
	P12	0,474	0,1946	Valid
<b>KUALITAS PELAYANAN (X2)</b>	P13	0,846	0,1946	Valid
	P14	0,758	0,1946	Valid
	P15	0,741	0,1946	Valid
	P16	0,740	0,1946	Valid
	P17	0,782	0,1946	Valid

	P18	0,836	0,1946	Valid
	P19	0,631	0,1946	Valid
	P20	0,774	0,1946	Valid
	P21	0,739	0,1946	Valid
	P22	0,787	0,1946	Valid
	P23	0,737	0,1946	Valid
	P24	0,827	0,1946	Valid
	P25	0,790	0,1946	Valid
	P26	0,762	0,1946	Valid
	P27	0,722	0,1946	Valid
<b>LOYALITAS PELANGGAN (Y)</b>	P28	0,666	0,1946	Valid
	P29	0,682	0,1946	Valid
	P30	0,799	0,1946	Valid
	P31	0,817	0,1946	Valid
	P32	0,779	0,1946	Valid
	P33	0,734	0,1946	Valid
	P34	0,761	0,1946	Valid
	P35	0,798	0,1946	Valid
	P36	0,736	0,1946	Valid

Uji reabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Nilai Reliabilitas</b>	<b>Status</b>
PENGARUH HARGA(X1)	0,915	Reliabel
KUALITAS PELAYANAN(X2)	0,948	Reliabel
LOYALITAS PELANGGAN(Y)	0,902	Reliabel





**Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**  
**FAKULTAS EKONOMI**

*Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"*

Website: [www.umsb.ac.id](http://www.umsb.ac.id) e-mail: [rektor@umsb.ac.id](mailto:rektor@umsb.ac.id) [umsb@telkom.net](mailto:umsb@telkom.net)

Alamat : Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 485 1262, Padang 25172

**SURAT KEPUTUSAN**

Nomor : 929/II.3/AU/KEP/2022

TENTANG :  
PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI  
Semester **Genap** Tahun Akademik 2021 / 2022

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah :

Menimbang : 1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;  
2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;  
3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;

Mengingat : 1. AD dan ART Muhammadiyah  
2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas  
3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.  
4. Statuta UM Sumbar Tahun 2020  
5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.  
6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/III.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan  
Pertama : Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini;

Nama : Rafikhi Usman  
Bp/NPM : 18.10.002.61201.030  
Prodi : Manajemen

Judul Tugas Akhir/Skripsi :  
*Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap  
Loyalitas Penumpang pada PT Sinamar Padang - Payakumbuh*

Menunjuk Saudara :

Kedua : a. Lefi Suwita, SE, MM Ditugaskan Sebagai Pembimbing I  
b. Usmiar, SE, M.Si Ditugaskan Sebagai Pembimbing II

Ketiga : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah. Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang  
Pada tanggal : 28 Dzulhijjah 1443 H.  
27 Juli 2022 M.



**Foguh Setiawan, SE, M.Si**  
NBM : 1202659

Dibuatkan  
Rektor U.M Sumbar  
Yang bersangkutan



**Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**  
**FAKULTAS EKONOMI**

*Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi " B "*

Website: [www.umsb.ac.id](http://www.umsb.ac.id) e-mail: [rektor@umsb.ac.id](mailto:rektor@umsb.ac.id) [umsb@telkom.net](mailto:umsb@telkom.net)

Alamat: Jalan Pasir Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

Nomor : 029/IL3.AU/KEP-PSA/2022  
 Lamp : 1 lembar  
 Hal : Pembimbing Skripsi

Padang, 28 Dzulhijah 1443 H.  
 27 Juli 2022 M.

Kepada Yth. Bpk/Ibuk/Sdr.

1. Leli Suwita, SE, MM
2. Usmiar, SE, M.Si

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi UM Sumbang  
 Di  
 Padang

*Assalammu 'alaikum wr. wb.*

Kami sampaikan kepada Bapak/Ibuk/Sdr. bahwa mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan menulis skripsi dengan baik. Untuk itu kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibuk/Sdr. menjadi pembimbing skripsi atas nama :

Nama	Rafiki Usman
N I M	18.10.002.61201.030
Program Studi	Manajemen
Jenjang Program	Strata 1 (S1)
Dengan Judul	<i>Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang pada PT Sinamar Padang - Payakumbuh</i>

Selanjutnya setiap kegiatan konsultasi bimbingan skripsi, supaya Bapak/Ibuk/Sdr. Untuk mengisi daftar kegiatan konsultasi (terlampir). Yang nantinya dikirim ke Kopertis Wilayah X.

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibuk/Saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Saudara diucapkan terima kasih.

*Wabillaahi tawfiq walhidayah*  
*Wassalammu 'alatum wr. wb.*

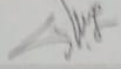
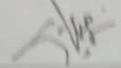




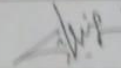




Rafiki Usman, SE, M.Si  
 NIM : 1202659


**FAKULTAS EKONOMI**  
*Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi (Inovatif) "A"*  
 Website: [www.unsb.ac.id](http://www.unsb.ac.id) e-mail: [rektor@unsb.ac.id](mailto:rektor@unsb.ac.id) [unsb@telkom.net](mailto:unsb@telkom.net)  
 Alamat: Jalan Pasi Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

**DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Rafiki Usman  
 NIM : 18.10.002.61201.030  
 Program Studi : Manajemen  
 Jenjang Program : Strata I (S1)  
 Dengan Judul : Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang pada PT Sinar Padang - Payakumbuh

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	7-9-22	Perbaikan pendahuluan		
2.	3-10-22	Perbaikan bab II		
3.	3-10-22	tanah air perbaiki		
4.	30-11-2022	Perbaikan bab I		
5.	01-12-2022	tanah air & Lem. perbaikan operasional		
6.	02-12-2022	ACC dari Pibg I		
7.	02-12-2022	perbaikan pendahuluan		
8.	03-12-2022	ACC Sempurna		
9.	12-04-2023	Perbaikan (ACC) kebab 1		
10.				

Padang, 28 Desember 2022  
 27 Juli 2022 M.

  
 Fajuh Siliawan, SE, M.Si  
 NPM : 1202659



## Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

### FAKULTAS EKONOMI

*Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Terakreditasi "B"*

Website: [www.umsb.ac.id](http://www.umsb.ac.id) e-mail: [rektor@umsb.ac.id](mailto:rektor@umsb.ac.id) [umsb@telkom.net](mailto:umsb@telkom.net)

Alamat: Jalan Pasar Kandang Nomor 4, Telepon (0751) 481777, Padang 25172

#### DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rafikhi Usman  
 NIM : 18.10.002.61201.030  
 Program Studi : Manajemen  
 Jenjang Program : Strata 1 (S1)  
 Dengan Judul : Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang pada PT Sinar Mas Padang - Payakumbuh

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	6/05/23	Acc subas		
2.	12/09/23	Acc pembas		
3.	22/08/24	Perbaikan kembali		
4.	22/2-24	acc kompre		
5.	21/2-24	acc kompre		
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				

Padang, 28 Dzulhijah 1443 H.  
27 Juli 2022 M.

Dekan  
 Engah Setiawan, SE, M.Si  
 NBM : 1202659

## PERSETUJUAN PROPOSAL

Telah Disetujui untuk Ujian Seminar Proposal

"PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PT. SINAMAR PADANG-PAYAKUMBUH"

Nama : Rafikhi Usman

Nim : 18.10.002.61201.030

Program Studi : Manajemen

Padang, 19 Des 22

Disetujui Oleh :

Pembimbing 1



( Leli Suwita, SE, MM )

Pembimbing 2



( Usmiar, SE, M.Si )

Diketahui

Ketua Prodi



( Usmiar, SE, M.Si )



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Pahlawan No. 1, Padang, Sumatera Barat

Nomor: 506/11.3 AU/P/2023  
Lamp. -  
Hal: **Mohon Izin Penelitian**

Padang, 11 Dzulhijjah 1444 H.  
31 Mei 2023 M.

Kepada Yth.  
**Direktur PT. Sinamar Padang -Payakumbuh**  
di  
**Tempat**

*Assalammu'alaikum wr. wb.*

Dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, maka setiap mahasiswa diharuskan melakukan penelitian ke lapangan untuk penulisan skripsi.

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu menerima mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini untuk dapat melakukan penelitian dan pengambilan data pada perusahaan/instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dengan data mahasiswa

Nama	Rafikhi Usman
N I M	181000261201030
Program Studi	Manajemen
Jenjang Program	Strata Satu (S1)
Judul Skripsi	Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Sinamar Padang -Payakumbuh
Waktu Penelitian	31 Mei - 30 Juni 2023

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibu, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

*Wabillaahi taufiq walhidayah  
Wassalammu'alaikum wr. wb.*

  
Fuguh Setiawan, SE, M.Si  
NBM : 1202659

Terdistribusi

1. Rektor UM Sumbar
2. Peninggal

Website : [www.fekonomi.umsumbar.ac.id](http://www.fekonomi.umsumbar.ac.id)  
Email : [fekonomi@umsumbar.ac.id](mailto:fekonomi@umsumbar.ac.id)

Telp : (0751) 4853262  
Padang 20172

## PERSETUJUAN SEMINAR HASIL

Telah Disetujui untuk Ujian Seminar Hasil

"PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PT. SINAMAR PADANG-PAYAKUMBUH"

Nama : Rafikhi Usman  
Nim : 18.10.002.61201.030  
Program Studi : Manajemen

Padang 23 Januari 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



( Leli Suwita, SE, MM )

Pembimbing 2



( Usmiar, SE, M.Si )

Diketahui

Ketua Prodi



( Usmiar, SE, M.Si )