

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
ANGKUTAN PT.ALS KOTANOPAN
MANDAILING NATAL**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**YUSTIKA MANORA
NIM. 1940200244**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
ANGKUTAN PT. ALS KOTANOPAN
MANDAILING NATAL**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**YUSTIKA MANORA
NIM. 19 402 00244**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
ANGKUTAN PT. ALS KOTANOPAN
MANDAILING NATAL**



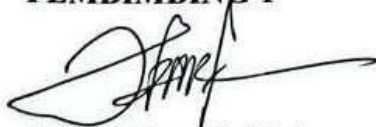
SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

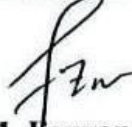
**YUSTIKA MANORA
NIM. 19 402 00244**

PEMBIMBING I



**Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601**

PEMBIMBING II



**M. Fauzan, M.E.I
NIDN. 0104048904**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023

Hal : Skripsi
An.YUSTIKA MANORA

Padangsidimpuan 05 Oktober 2023
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

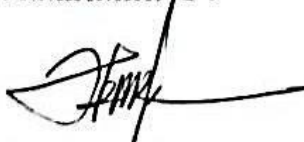
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. Yustika Manora yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

PEMBIMBING I



Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005

PEMBIMBING II



M. Fauzan, M.E.I.
NIP.198904042020121009

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yustika Manora

Nim : 19 402 00244

Program studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan dari pihak manapun yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 11 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang kode etik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 09 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,

The image shows an official stamp of Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. The stamp is rectangular and contains the university's name in Indonesian. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

YUSTIKA MANORA
NIM. 19 402 00244

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yustika Manora

Nim : 19 402 00244

Program studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif(*non-exclusive Royalty-free right*) atas karya ilmiah Saya yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selamat tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 09 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



YUSTIKA MANORA
NIM. 19 402 00244



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : YUSTIKA MANORA
NIM : 19 402 00244
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUDULSKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGKUTAN PT. ALS KOTANOPAN MANDAILING NATAL.

Ketua


Dra.Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris


M. Fauzan, M.E.I
NIDN. 0104048904

Anggota


Dra.Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902


M. Fauzan, M.E.I
NIDN. 0104048904


H. Aswadi Lubis, M.Si
NIDN. 2007016301


Rizal Ma'ruf Amidy, M.M
NIDN. 2006118105

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidimpuan
Hari/ Tanggal	: Kamis/ 26 Oktober 2023
Pukul	: 14.00 s.d 16.00 WIB
Hasil/ Nilai	: Lulus / 78,75 (B)
Index PrestasiKumulatif	: 3,51
Predikat	: Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGKUTAN PT. ALS KOTANOPAN MANDAILING NATAL**

NAMA : **YUSTIKA MANORA**

NIM : **19 402 00244**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Padangsidimpuan, 19 Desember 2023
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : YUSTIKA MANORA
NIM : 19 402 00244
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGKUTAN PT. ALS KOTANOPAN MANDAILING NATAL

PT. ALS (Antar Lintas Sumatera) Kotanopan merupakan sebuah jasa transportasi umum yang ada di Sumatera Utara yang mana salah satunya berada di Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal. Banyaknya jasa transportasi di masa sekarang ini menjadikan banyak persaingan yang terjadi, sehingga pihak jasa transportasi khususnya PT. ALS Kotanopan ini di haruskan untuk selalu menjaga kualitas pelayanan dari PT. ALS tersebut guna untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Yang mana sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji determinasi (R^2), uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f) dengan pengolahan data menggunakan software SPSS versi 23. Hasil penelitian ini adalah berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis, hasil uji t yaitu terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. ALS Kotanopan. Hasil uji terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada PT. ALS Kotanopan. Hasil uji F yaitu terdapat pengaruh antarakualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada PT. ALS Kotanopan. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan PT. ALS Kotanopan. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitaas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

NAME : YUSTIKA MANORA

REG. NUMBER : 19 402 00244

TITLE : THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION IN TRANSPORTATION PT. ALS KOTANOPAN MANDAILING NATAL.

PT. ALS (Inter Cross Sumatra) Kotanopan is a public transportation service in North Sumatra, one of which is in Kotanopan, Mandailing Natal Regency. The large number of transportation services nowadays means there is a lot of competition, so that transportation services, especially PT. ALS Kotanopan is required to always provide quality service from PT. ALS is intended to maintain customer quality. The formulation of the problem in this research is whether there is an influence of service quality and price on consumer satisfaction at PT. ALS Kotanopan. The aim of this research is to find out whether there is an influence of service quality and price on consumer satisfaction. The theory used in this research is theory related to service quality, price and customer satisfaction. This research is a type of quantitative research. The sample used was 100 people. The data collection techniques used were questionnaires and interviews. The data analysis used is validity test, reliability test, normality test, linearity test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, determination test (R^2), partial test (t test) and simultaneous test (f test) with data processing using SPSS software version 23. The results of this research are based on the results of hypothesis testing research, the results of the t test are that there is a positive influence between service quality and customer satisfaction at PT. ALS Kotanopan. The results of the t test show a positive influence between price and partial customer satisfaction at PT. ALS Kotanopan. The results of the F test are that there is an influence between service quality and price on customer satisfaction simultaneously at PT. ALS Kotanopan. The coefficient of determination test (R^2) shows that the service quality and price variables influence the customer satisfaction variable PT. ALS Kotanopan. Meanwhile, the rest is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT pencipta alam semesta peneliti panjatkan kehadirat-Nya, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Semoga sholawat dan salam senantiasa tercurah pada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang senantiasa istiqomah untuk mencari ridho-Nya hingga di akhir zaman.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal”**, sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Tidak terlepas dari berkat bantuan dan motivasi yang tidak ternilai dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr.

Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Dr. Ikhawanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A. selaku Pembimbing I dan Bapak M. Fauzan, M.E.I selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan serta petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam upaya penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan dan seluruh pegawai Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membantu peneliti dalam mengadakan buku-buku penunjang untuk menyelesaikan Skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen, Staf dan Pegawai, serta seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan dukungan moral kepada peneliti selama dalam perkuliahan.

7. Terimakasih kepada bapak Imran Bakri Daulay selaku perwakilan PT. ALS Kotanopan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian pada PT tersebut.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta, superhero dan panutanku Ayahanda Muhammad Bangun Pulungan dan pintu surgaku Ibunda Alm. Kartina Lubis kedua orang tua yang sudah memberikan segala pengorbanan sehingga peneliti sampai dititik ini. Tidak lupa pada empat saudara peneliti yaitu abanganda Muhammad Muallim Sakti Pulungan, abanganda Muhammad Juhenry Pulungan, Abanganda Muhammad Mansur Pulungan, Abanganda Muhammad Putra Nirwansyah Pulungan dan semua kakak ipar yang sudah memberi dukungan dan kasih sayang serta doanya pada peneliti. Terimakasih banyak tak terhingga semoga Allah selalu melimpahkan berkah dan kasih sayangnya untuk kita.
9. Terkhusus sahabat tersayang selaku rekan seperjuangan: Sity Fhadillah Sufari, Nur Isnaini Nasution, Yusrina Annisa, Yenni Khoiriah Pakpahan semangat untuk kita semua. Proses orang berbeda-beda karena garis finish setiap orangpun tidak pernah sama.
10. Teruntuk sahabat tercinta Endang Putri Ani, Mery Angraini dan selaku yang memberi dukungan dan yang selalu membantu dalam proses skripsi peneliti.
11. Terkhusus support system Ferdinatio Madina Syah Lubis terimakasih atas dukungan, motivasi, semangat, pendengar keluh kesah dalam penulisan skripsi.

12. Terimakasih kepada segenap rekan-rekan KKLDesa Binasi dan rekan-rekan Magang senang bisa bertemu dengan semua.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
14. *The last but not least big thanks for myself.*

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi para pembacanya serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan. Amin ya robbal alamin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Padangsidempuan, Oktober 2023
Peneliti

YUSTIKA MANORA
NIM. 19 402 00244

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ز	za	ẓ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ر	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
س	Ra	R	Er
ص	Zai	Z	Zet
ط	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ض	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ع	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ظ	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..”..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍom mah	U	U

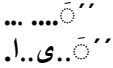
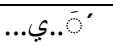
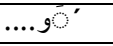
2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
	fatḥah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fatḥah dan alif atau ya		a dan garis atas
	Kasrah dan ya		i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau		u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, namadiri dan permulaan

kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

1. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
E. Defenisi Operasional Variabel	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
A. Kerangka Teori	12
1. Kepuasan Pelanggan	12
2. Kualitas pelayanan	17
3. Harga	20
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32

B. Jenis Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel	32
D. Sumber Data.....	34
E. Instrumen Teknik Pengumpulan Data	34
F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	36
G. Analisis Data.....	37
H. Uji Asumsi Klasik	39
I. Analisis Regresi Berganda... ..	40
J. Koefisien Determinan (R^2)... ..	41
K. Uji Hipotesis	41
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Lokasi Penelitian	43
1. Sejarah Umum PT. ALS Kotanopan.....	43
2. Visi dan Misi PT. ALS Kotanopan.....	45
3. Struktur Organisasi PT. ALS Kotanopan	45
4. Karakteristik Responden Penelitian	46
B. Hasil Penelitian.....	49
1. Hasil Uji Validitas	49
2. Hasil Uji Reabilitas	51
3. Hasil Uji Analisis Deskriptif.	51
4. Hasil Uji Normalitas.....	52
5. Hasil Uji Linearitas	53
6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
9. Hasil Uji Hipotesis.....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
D. Keterbatasan Penelitian	63
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Penumpang PT. ALS Kotanopan.....	5
Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert.....	35
Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket.	35
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	48
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengguna Jasa.	48
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1).	49
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Harga (X_2).....	50
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).	50
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel IV.8 Hasil Uji Deskriptif Statistik	52
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel IV.10 Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel IV.11 Hasil Uji Linearitas Harga	54
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolinearisme	55
Tabel IV.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel IV.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.	57
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
Tabel IV.16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	59
Tabel IV.17 Hasil Uji Simultan (Uji F).	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Pikir.....	29
Gambar IV. 1 Struktur Organisasi PT. ALS Kotanopan	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketatnya persaingan bisnis di era globalisasi menuntut perusahaan mampu mempertahankan pelanggan dengan menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Perusahaan dalam mengembangkan usahanya perlu sekali dalam menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan para pelanggannya, hal tersebut karena pelanggan memiliki peran yang sangat penting terhadap perkembangan dan kemajuan suatu usaha. Menjalinkan hubungan yang kuat dengan para pelanggan bertujuan untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya tentang kesukaan dan permasalahan yang diambil oleh pelanggan sehingga perusahaan akan dengan mudah mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menumbuhkan kepuasan para pelanggan menjadi salah satu hal yang memiliki tingkat kesulitannya tersendiri dalam dunia pemasaran, sebab kepuasan pelanggan berkaitan dengan seberapa baik layanan yang diberikan suatu perusahaan, bisa jadi karena kenyamana pada suatu hal sehingga munculnya keinginan untuk menjadi pelanggan. Penting sekali bagi perusahaan mengenal hal-hal yang disukai maupun yang tidak disukai oleh pelanggannya karena dengan begitu perusahaan akan lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan para pelanggannya serta dapat dengan mudah mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Irawan, salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Dan

kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu variabel yang memiliki peran penting dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik menjadi salah satu keunggulan yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk dapat bersaing dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan, tanpa dilakukan pelayanan yang baik maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menarik minat pembeli. Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan pelanggannya dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik-baiknya demi terpenuhinya kepuasan pelanggan.¹

Kualitas pelayanan sering sekali dijadikan sebagai tolak ukur atas seberapa baiknya tingkat pelayanan yang diberikan dalam memenuhi harapan pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan yang berminat melakukan pembelian tentu saja karena mereka puas dengan pelayanan diterimanya. Oleh karena itu, memberikan pelayanan yang prima dan bermutu tinggi menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar para pelanggan dapat terpuaskan dan membuat mereka lebih loyal pada perusahaan. Setelah pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterimanya maka kemungkinan timbulnya minat beli pelanggan dimasa yang akan datang akan semakin besar. Kualitas pelayanan

¹Andrian Harianto dan Melisa Zuriani Hasibuan, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus ALS, Jurnal Bisnis Net, Vol. 5, No. 1, 2022, hlm.2-3.

memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga minat beli konsumen semakin meningkat.

Harga juga menjadi salah satu hal yang akan ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan cukup relatif, dalam menentukan harga suatu jasa biasanya perusahaan selaku penyelenggara jasa ingin menetapkan harga yang tinggi untuk mendapatkan pendapatan yang memiliki nilai besar. Sedangkan para pelanggan tentu saja menginginkan harga yang memiliki nilai rendah namun dengan harapan mendapatkan pelayanan serta fasilitas yang memadai. Apabila harga atas penggunaan jasa terlalu tinggi maka pelanggan tentu saja akan berpaling pada perusahaan yang menawarkan harga yang lebih rendah.

Harga yang terlalu rendah juga akan berdampak pada kecilnya pendapatan dan keuntungan yang diperoleh atau kemungkinan dapat menyebabkan kerugian. Maka dari itu, perusahaan selaku penyelenggara jasa harus senantiasa bijak dalam menentukan harga atas suatu jasa yang ditawarkan, agar perusahaan tetap memperoleh pendapatan yang besar dan para pelanggan juga terpuaskan serta mereka tidak terlalu terbebani dengan harga yang ditetapkan.

Perhitungan penentuan harga jasa harus cepat dilakukan dan harus dipastikan harga yang dibuat merupakan yang paling optimal agar para pelanggan yang mengetahui harga tersebut langsung berminat untuk membelinya. Harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, semakin wajar harga yang diberikan penyediaan jasa maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.²

Kualitas pelanggan dan harga menjadi salah satu penentu kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan jasa, salah satunya dalam industri transportasi. Industri transportasi yang bergerak dibidang pelayanan jasa terhadap pelanggan yang memiliki tanggung jawab untuk mengantarkan pelanggan ketempat tujuan sesuai jasa transportasi yang ditawarkan. Pelayanan jasa transportasi menyebar hampir keseluruhan wilayah dunia meliputi transportasi udara, transportasi laut dan transportasi darat. PT Antar Lintas Sumatera merupakan salah satu pelayanan jasa yang terletak di Jalan Perintis Kemerdekaan, Kecamatan Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara.

PT Antar Lintas Sumatera atau yang dikenal ALS merupakan perusahaan transportasi darat sekaligus sebagai salah satu armada bus yang memberikan pelayanan jasa transportasi angkutan penumpang dan barang antar kotaantarprovinsi (AKAP).PT Antar Lintas Sumatera sudah beroperasi sejak tahun 1966 dan kemudian berpindah kantor pusat di Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara. PT Antar Lintas Sumatera merupakan operatur bus terbesar dan tertua di Sumatera UtaraPT. ALS Kotanopan juga menyediakan berbagai unit bus yang melakukan perjalanan setiap harinya sesuai dengan rute bus masing-masing.

² Joko Suprianto, dkk “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada P.O Bus Harapan Jaya di Jl.Joyo Martono Bekasi Timur, *Jurnal Al-Misbah*, Vol. 2, No. 1, 2021, hlm.137.

Tabel I. 1**DATA PENUMPANG PT.ALS KOTANOPAN MANDAILING NATAL
TAHUN 2018-2022**

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah penumpang	10.525	6.750	4.235	3.850	11.873

Berdasarkan tabel I di atas menunjukkan bahwa data penumpang PT.ALS Kotanopan Mandailing Natal tahun 2018-2022 mengalami ketidakstabilan, tabel tersebut menunjukkan adanya penurunan dimulai tahun 2019 sampai tahun 2021 hal tersebut dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang melanda beberapa wilayah negara di seluruh dunia. Pada tahun 2018 penumpang pada PT.ALS Kotanopan Mandailing Natal mencapai 10.525 namun pada tahun 2019 menurun menjadi 6.750 diikuti penurunan pada tahun 2020 dan 2021 yaitu 4.235 dan 3.850. Pada tahun 2022 PT.ALS Kotanopan Mandailing Natal mengalami kembali kenaikan mencapai 11.873.³

Berdasarkan hasil wawancara saudara Ahmad Rosadi menyatakan bahwa pelayanan bus ALS Kotanopan yang masih belum optimal karena ada penilaian buruk diantaranya bus mengalami keterlambatan berangkat serta tiba tidak sesuai dengan jam yang tertera pada tiket, karyawan ALS tidak memberikan perhatian yang personal kepada penumpang. Saudari Irma Novita Sari

³Imran Bakri Daulay, Perwakilan PT. ALS Kotanopan, wawancara 2023.

menyatakan bahwa harga yang ditawarkan masih terjangkau masyarakat karena dilihat dari jarak tempuh yang dilalui masih sebanding, dibandingkan dengan transportasi darat yang lain memberikan harga cukup mahal. Sedangkan bapak Juhenny menyatakan bahwan kepuasan pelanggan belum sepenuhnya puas karena masih ada kekurangan yang diberikan PT. ALS dilihat dari kualitas pelayan dan lainnya.

PT. Antar Lintas Sumatera sudah berdiri sejak 56 tahun yang lalu dengan berbagai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan PT. Antar Lintas Sumatera. Seringkali pelanggan membandingkan harga ataupun pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi satu dengan yang lainnya, dikarenakan penawaran fasilitas, harga dan pelayanan yang diberikan oleh setiap jasa transportasi berbeda-beda hal ini menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih transportasi jasa yang akan gunakan. Adanya perbedaan pelayanan serta harga yang ditawarkan menyebabkan ketatnya persaingan antara jasa transportasi dalam mempertahankan pelanggan dengan menjaga kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan pada PT. Antar Lintas Sumatera dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas maka yang menjadi identifikasi masalah yaitu:

1. Banyaknya jasa transportasi sejenis yang bermunculan yang menjadi pesaing PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.
2. Terjadi penurunan penumpang selama pandemi Covid-19.
3. Kurang maksimal kepuasan pelanggan pada PT.ALS Kotanopan Mandailing Natal karena kualitas pelayanan dan harga belum optimal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, peneliti akan membatasi penelitian ini. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas tentang kualitas pelayanan dan harga yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan pada PT. ALS kotanopan Mandailing Natal.

D. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal?

E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional didasarkan pada properti yang didefenisikan untuk observasi. Untuk menghindari kebingungan dengan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, defenisi operasional variabel disediakan untuk menjelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y).

Tabel I. 2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas adalah pelayanan derajat yang dicapai oleh karakteristik yang intren dalam memenuhi persyaratan. Sedangkan pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya intraksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.	1. Keandalan (<i>Reliability</i>) 2. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Asurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Wujud fisik (<i>Tangible</i>)	Ordinal
Harga (X2)	Harga adalah nilai suatu barang yang dimaksud dalam mata uang ataupun medium moneter lainnya yang dijadikan sebagai alat pembayaran.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan manfaat 3. Kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal

Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat pesanan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja di bawah harapan, maka pelanggan merasa kecewa.	1. Mendapat informasi yang akurat 2. Dapat memenuhi kebutuhan 3. Pelayanan yang diberi memuaskan	Ordinal
------------------------	--	--	---------

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti sebagai bahan untuk melatih dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

2. Bagi UIN Syahada Padangsidimpuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang berguna bagi peneliti selanjutnya dengan objek maupun dengan masalah yang sama dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya serta dapat memberikan bahan atau masukan bagi peneliti terkait yang dilakukan selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bab I adalah bagian pendahuluan yang menjabarkan latar belakang dari penulisan proposal yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada angkutan PT.ALS kotanopan Mandailing Natal. Serta sederet bagian mengenai masalah latar belakang seperti identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah yang menjadi faktor umum dalam penelitian, tujuan penelitian serta manfaat dilakukannya penulisan penelitian.

Bab II adalah landasan teori seperti kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir yang mendukung penelitian ini dalam menjelaskan masalah serta perbandingan variabel yang ada dalam penelitian tersebut.

Bab III adalah metodologi penelitian seperti lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian yang dilakukan, populasi dan sampel penelitian, instrumen pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, validitas dan keabsahan data serta sistematika pembahasan yang dilakukan dalam penulisan.

Bab IV adalah pembahasan menguraikan hasil penelitian yang didapat dari pengolahan data-data yang ditemukan dan membagi angket ataupun pertanyaan. Dalam hal ini, pastinya berkaitan dengan hasil-hasil perkiraan. Mulai dari pendeskripsian data yang diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis yang sudah dicantumkan sehingga diperoleh hasil.

Bab V adalah penutup terdiri dari kesimpulan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian. Hal ini merupakan langkah akhir penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan berarti sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan adalah membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan. Secara umum, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.¹ Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat luas atau senang. Jika pelanggan puas mereka akan menceritakan kepuasaannya kepada orang-orang sedangkan jika pelanggan tidak puas mereka juga menceritakan kepada orang-orangartinya ketidakpuasan pelanggan merupakan kegiatan untuk membuat suatu perusahaan dan organisasi untuk jatuh.

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa yang dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya atau kepuasan

¹Indarasari Meithiai, "*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*", (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm.26.

pelanggan juga merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih kurang memberikan karena hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul dari pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Seperti pelayanan yang tidak sesuai dengan etika pelayanan serta kebijakan dan aturan pelayanan perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha hal ini telah menjadikan suatu kepercayaan umum karena dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan target pasar yang lebih luas.²

Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan tujuan perusahaan selain untuk kelangsungan hidup perusahaan dan memuaskan kebutuhan konsumen juga untuk meningkatkan keunggulan Dalam persaingan perusahaan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk dan jasa pelayanan akan kembali untuk membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul. Yang menjadi bagian dari volume penjualan perusahaan.

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Menejemen Pemasaran*, diterjemahkan dari *Marketing Manajemen*, oleh Benyamin Molan, Indonesia : PT Indeks, 2015, Jilid 1 Edisi 112, bk. hlm.138-139.

Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa secara mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Pelanggan akan merasa puas jika keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.³

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat 5 faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Dalam industri jasa konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan sehingga pelanggan suka.

3. Emosional

³ Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap kepuasan Pelanggan PT.TOI", (*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*), 2016, bk. hlm.115.

Konsumen akan merasa bangga jika mendapatkan keyakinan bahwa orang akan kagum terhadap seseorang jika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan diperoleh bukan karena kualitas atau produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Mendapatkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen kualitas yang sesuai dengan mutunya.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.⁴

Semua perusahaan baik barang maupun jasa, barang yang dihasilkan harus menyadari tentang kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan tersebut, dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa

⁴*Ibid, hlm 116-117.*

tersebut. Dan selanjutnya dalam kepuasan bahwa pelanggan tidak hanya membeli produk tetapi juga membeli pelayanan. Mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru, kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembelinya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.⁵

Kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya: Karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- b. Kepuasan psikologi, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak bersujud. Misalnya: Perasaan bangga karena mendapatkan pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus melakukan 4 (empat) hal, yaitu:

- a. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
- b. Memahami tingkat harapan atas kualitas
- c. Memahami strategi kualitas pelanggan

⁵Jamari, *"Faktor-Fakto Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Khususnya Siswa SMA Atau SMK DIY Dalam Menggunakan Layanan Kolam Renang UNY Yogyakarta"*, (Thesis, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta 2017).

- d. Memahami siklus pengukuran dan umpan baik dari kepuasan pelanggan.

Suatu perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggannya, karena kepuasan pelanggan ini tercipta apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan terpenuhi.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya berita untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.⁶ Maka kualitas posisikan sebagai bebas dari kerusakan tetapi sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan dan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk mendapatkan eksis ditengahketatnya persaingan dalam industri.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk manusia tenaga kerja proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi harapan pelanggan kata konsumen. Harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah, dengan perubahan kualitas produk tersebut diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja perubahan proses produksi serta perubahan

⁶ M Karyadi, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Damri Bandar Lampung*”, 2018, hlm.20-22.

lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi harapan konsumen. Terdapat beberapa persamaan yaitu:

- a. Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk jasa manusia proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pekerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan konsumen, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu, meningkatkan hasil dan meningkatkan kualitas jasa.⁷

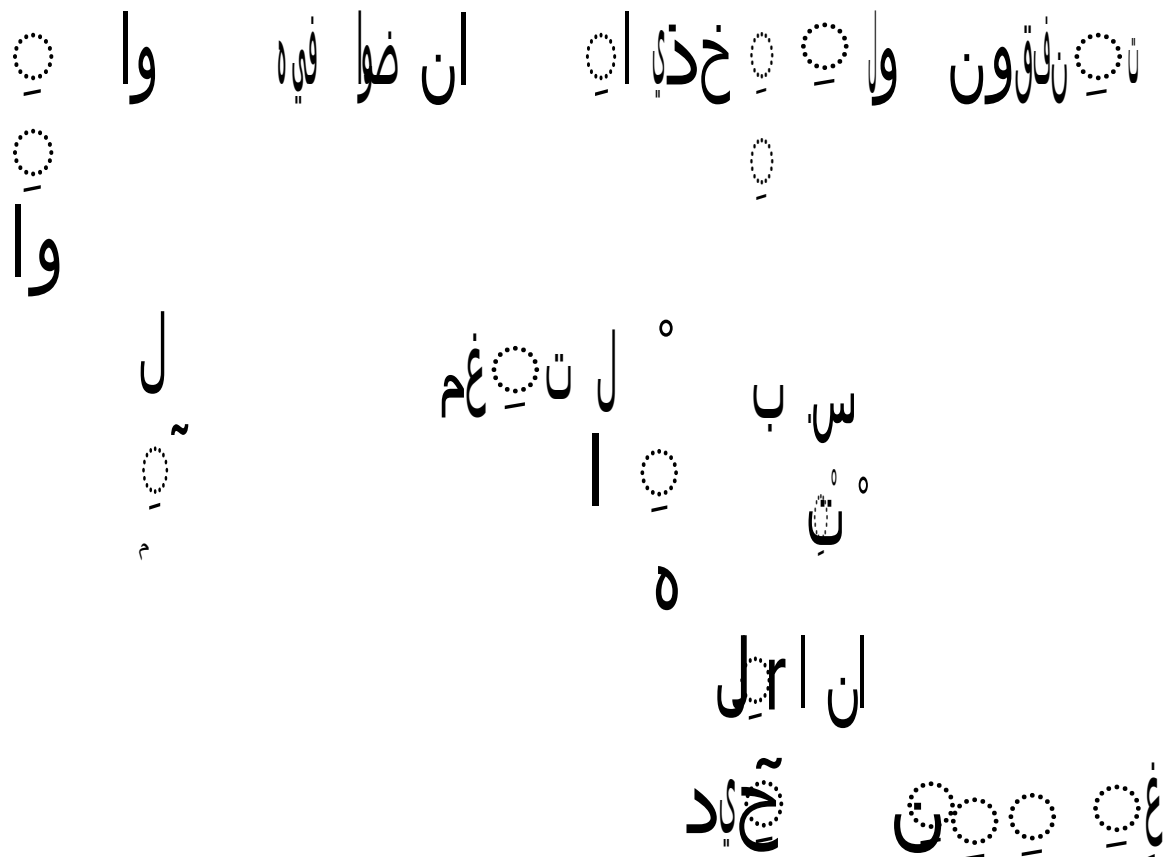
Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang maupun jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-qur'an surah Al-Baqarah ayat 267:

اِنَّ اِمْرًا مِّنْ اَهْلِ الْاَوْفَاكِ لَفِي شَفَافٍ مِّنْهُ
 اِذْ يَخُورُ عَلَيْهِمْ اَمْرًا مِّنْ اَهْلِ الْاَوْفَاكِ
 اِنَّ اِمْرًا مِّنْ اَهْلِ الْاَوْفَاكِ لَفِي شَفَافٍ مِّنْهُ
 اِذْ يَخُورُ عَلَيْهِمْ اَمْرًا مِّنْ اَهْلِ الْاَوْفَاكِ
 اِنَّ اِمْرًا مِّنْ اَهْلِ الْاَوْفَاكِ لَفِي شَفَافٍ مِّنْهُ
 اِذْ يَخُورُ عَلَيْهِمْ اَمْرًا مِّنْ اَهْلِ الْاَوْفَاكِ

⁷M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Total Quality Management), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), bk. hlm 2-3

ا ف ي ن و

⁷M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Total Qualitas Management), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), bk. hlm 2-3



*“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”.*⁸

Tafsir Kementrian Agama RI menjelaskan bahwa “ Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan diperoleh dengan cara yang halal, sebab Allah itu baik dan hanya menerima yang baik-baik. Dan sedekahkanlah sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi berupa hasil pertanian, tambang, dan lainnya, untukmu. Pilihlah ynag baik-baik dari apa yang kamu nafkahkan itu walaupun tidak harus semuanya baik, tetapi janganlah kamu memilih secara sengaja yang

⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemhannya*, (Bandung : PT. SyamilCipta Media, 2005), 45

buruk untuk kamu keluarkan guna disedekahkan kepada orang lain, padahal kamu sendiri jika diberikan yang buruk-buruk sepertinya tidak mau mengambilnyamelainkan dengan memicingkan matakarena terasa enggan terhadapnya. Cobalah berempati posisikan dirimu seperti orang diberi, jika

⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemhannya*, (Bandung : PT. SyamilCipta Media, 2005), 45

kamu tidak mau menerima yang buruk-buruk jangan brikan seperti itu kepada orang lain. Dan ketahuilah dan yakinilah bahwa Allah maha kaya tidak membutuhkan sedekah kamu, baik pemberian untuknya maupun untuk makhluk-makhluknya sebab dia bisa memebrikan secara langsung. Sedekah

⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemhannya*, (Bandung : PT. SyamilCipta Media, 2005), 45

itu justru untuk kemaslahatan orang yang memberi, dia juga maha terpuji antara lain karena memberikan ganjaran terhadap hamba-hambanya bersedekah.⁹

Dimensi keandalan yang berkenan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan (*reliabel*) apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketetapan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga yang menyediakan layanan jasa.

Dalam memanfaatkan suatu jasa, pelanggan cenderung memilih jasa yang memberikan nilai atau manfaat lebih dibandingkan dengan jasa yang lainnya. Keputusan pelanggan timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosional. Pengetahuan pelanggan tentang suatu jasa dapat mempengaruhi minatnya untuk memilih atau menentukan suatu jasa yang ingin digunakannya.¹⁰

3. Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi diatas dapat diketahui

⁹Nur Saniah, M.H.I, Zakat Profesi Perspektif Tafsir Ayat Ahkam (Analisis Terhadap Surah al-baqarah ayat 267), *Jurnal Ilmu Alquran dan Tafsir*, vol. 2, No. 2 Desember 2021.

¹⁰M. Fauzan, dkk, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.7, No. 2, 2022.

bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.¹¹

Harga bisa juga diartikan sebagai unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan imbalan bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu harga juga merupakan alat pertukaran terhadap suatu produk atau jasa oleh pelanggan.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berpikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Jadi harga adalah salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai yang ditukarkan konsumen dan sangat menentukan laku tidaknya barang di pasaran dengan harga yang telah ditetapkan.

Harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang angkat.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa di mana harus direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad lebih baik ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Menejemen Pemasaran, diterjemahkan dari Marketing Manajemen*, oleh Benyamin Molan, Indonesia : PT Indeks, 2015, Edisi 12 Jilid 1, bk. hlm 78.

Dalam penetapan sebuah harga ada beberapa tujuan yang harus dipertimbangkan yaitu:¹²

a. Berorientasi Pada Laba

Tidak dipungkiri setiap perusahaan menginginkan laba yang besar dari setiap produk yang mereka produksi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dari perusahaan tersebut.

b. Berorientasi pada volume

Penetapan harga dari sebuah produk juga berpicu kepada volume penjualan, nilai penjualan, dan pangsa pasar.

c. Berorientasi pada citra

Citra sebuah perusahaan dapat dilihat dari tingkat harga yang mereka kembangkan. Sebuah perusahaan akan menetapkan harga mahal dari sebuah Citra yang besar dari perusahaan yang besar.

d. Stabilitas harga

Pada masa ini stabilitas harga menjadi penilaian tersendiri bagi masyarakat. Apabila sebuah perusahaan satu menurunkan harga produk yang hampir sama dengan produk yang diproduksi, maka secara otomatis perusahaan tersebut akan menurunkan harga agar dapat bersaing dan harga tetap stabil.

¹² Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Harga Dalam Pespektif Islam Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Ibnu Sina. *Jurnal Universitas Islam Negeri Alahuddin Makassar 1 (n.d): vol.hlm 25.*

Selain tujuan harga terdapat juga unsur kegiatan utama harga yang meliputi tingkatan harga, potongan harga, diskon dan periode pembayaran.¹³

Berikut ini terdapat dua unsur harga, yaitu tingkatan harga dan potongan harga:

- a. Tingkat harga yaitu angka yang menunjukkan nilai, harga, dan kecepatan perkembangan berdasarkan satuan ukuran tertentu biaya premi asuransi ataupun dengan biaya.
- b. Potongan harga yaitu pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi. Biasanya potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai ataupun barang dan dimaksud untuk menarik pelanggan.

Dalam menentukan harga perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas barang atau jasa bagus maka harga tentu juga tinggi, sebaliknya jika seorang mengetahui keburukan yang ada di balik barang atau jasa yang ditawarkan maka harganya pun disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Jika antara kualitas pelayanan dan penentuan harga tidak disesuaikan, hal ini bisa dikaitkan menyimpang dari Syariah. Apabila harga tidak sesuai dengan produk dengan tendensi mencari keuntungan bagi pihak produsen atau harta konsumen.

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardawi:

¹³Ibid, hlm 26.

“Penentuan harga dilihat oleh dua bentuk: ada yang boleh dan ada yang haram Tas‘ir ada yang zalim. Itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan. Selanjutnya Qardawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual dengan menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan undang-undang untuk tidak menjual diatas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.¹⁴

Maka hal tersebut bertentangan dengan Islam sebagaimana dijelaskan Allah dalam surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:






يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلْ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ۖ إِن تَبَارَكَا
 هَٰذَا ۖ كُنْ تَكُونُ
 عَن رَّأْيِ رَبِّكَ وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ هُمْ يَكُونُونَ
 مَمْلُوكِينَ ۚ إِن فَسَدَ مَا فِيكُمْ فَطَهِّرْهُ ۚ إِن تَطَهَّرْ ۖ إِن تَتَّقِ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.*¹⁵

Berdasarkan surah An-Nisa ayat 29 menjelaskan bahwa kita dilarang untuk mengambil hak orang lain dengan cara yang dilarang oleh syariat atau dengan cara yang bathil. Adapun hadits yang berkaitan dengan surah diatas yaitu hadits Nabi At-Tirmidzi, Rasulullah SAW bersabda:

¹⁴Taufiq, Memakan Harta Secara Batil (Perspektif AN-Nisa: 29 dan At-Taubat: 34), *Jurnal Ilmiah Syariah*, volume 17, nomor 2, juli-desember 2018, hlm.249.

¹⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bandung: PT

Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hlm. 454.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْبَائِعُ الصَّدُوقُ
الْأَمُّونِيُّ مَعَ النَّبِيِّينَ وَلِذَلِكَ يُقْبَلُ وَالشَّهَدَاءُ - رواه الترمذي
ص

Dari Abi Sa‘id dari Nabi Muhammad SAW bersabda: “Pedagang yang jujur dan terpercaya sejajar (tempatnyanya di surga) dengan para Nabi, shiddiqin dan syuhada” (HR. Tirmidzi)

Pemberian pelayanan dan harga harus dilakukan dengan baik dan sesuai dengan tuntutan syariat islam agar tidak mendekati yang bahtil, haram atau riba, maisyir karena semua pelayanan dan harga sudah diatur dalam islam seperti: penetapan harga yang tidak berlebihan dan pelayanan yang baik, memberikan pelayanan yang sama kepada setiap orang dan tidak membedakanya. Hubungan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan harga dengan ayat Al-quran dan hadist yakni semua urusan sebagaimana kita sebagai pelanggan dan pemberi jasa yang memberikan pelayanan dan harga harus sesuai dengan ketentuan syariah islam.

Nilai maqashid syariah kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan yaitu:

1. Memberikan waktu shalat kepada penumpang ketika sudah dapat waktunya, agar penumpang lebih tenang dalam melakukan perjalanan.
2. Memberikan pelayanan yang baik dan menjamin keselamatan penumpang agar penumpang sampai ketempat tujuan dengan selamat.
3. Bersosialisasi yang baik terhadap penumpang dan memberikan arahan sesuai dengan aturan PT. ALS Kotanopan.

4. Memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan tetap menggunakan transportasi PT. ALS Kotanopan.
5. Memberikan harga tiket kepada pelanggan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka penelitian melampirkan penelitian terdahulu yang dapat di jelaskan berdasarkan table berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

N O	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Lisdayanti(Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar,2018)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Taxi Online (Grabcar) Di Makassar	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 79,3% Makass
2	Eka Puspita Sari (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN,2020)	Pengaruh Kualits Pelayanan Jasa Trasportasi Umum terhadap Kepuasan Pelanggan BUS Trans Jogja	Hasil uji koefisien determinan (R^2) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik,keandalan,daya tanggap,jaminan, dan empati dapat menjelaskan kepuasan pelnggan sebesar 63,5%. Sisanya 36,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas

			pada penelitian ini. Jogja ¹⁶
3	Andriansyah (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad AddaryPadangsidimpunan, 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia Panyabungan	Hasil pengujian koefisien detrminan (R ²) menunjukkan bahwa angka adjusted 0,221 brarti variabel bebas mampu menjelaskan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 1,249<2,71. ¹⁷
4	Muhammad Hafiz Zakaria Jurnal: Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, 2020	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir(JNE) Wilayah Semarang.	Berdasarkan hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk(X ₁), kualitas pelayanan (X ₂),dan harga (X ₃) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) secara positif dan signifikan. ¹⁸
5	Andrian Harianto dan Melisa Zuriani Hasibuan, Jurnal: Bisnis Net (Vol. 5, No. 1, 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarifierhadap Minat Beli Tiket Penumpang BUS ALS.	Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X ₁) dan harga (X ₂) secara simultam berpengaruh signifikan terhadap

¹⁶Eka Puspita Sari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Umum Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Trans Jogja”,(Thesis, Jogja, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN 2020).

¹⁷ Andriansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia Panyabungan”,(Thesis, Padangsidimpunan, UIN SYAHADA Padangsidimpunan 2020).

¹⁸Muhammad Hafis Zakaria, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Wilayah Semarang”, (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro 2020).

			variabel kepuasan pelanggan (Y). ¹⁹
--	--	--	---

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persamaan yang terdapat dari penelitian adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan pelanggan). Sedangkan perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Lisdayanti yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Taxi Online (Grabcar) di Makassar sedangkan penelliti ini berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Puspita Sari berfokus pada kualitas pelayanan yang dilakukan seperti penerapan kualitas pelayanan jasa transportasi umum . Sementara dalam penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada angkutan PT.ALS.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Andriansyah dengan penelitian ini memiliki Persmaan yaitu sama-sama melakukan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaan pada lokasi peneliti yaitu PT POS Indonesia Panyabungan sedangkan peneliti ini pada PT.ALS Kotanopan Mandailing Natal

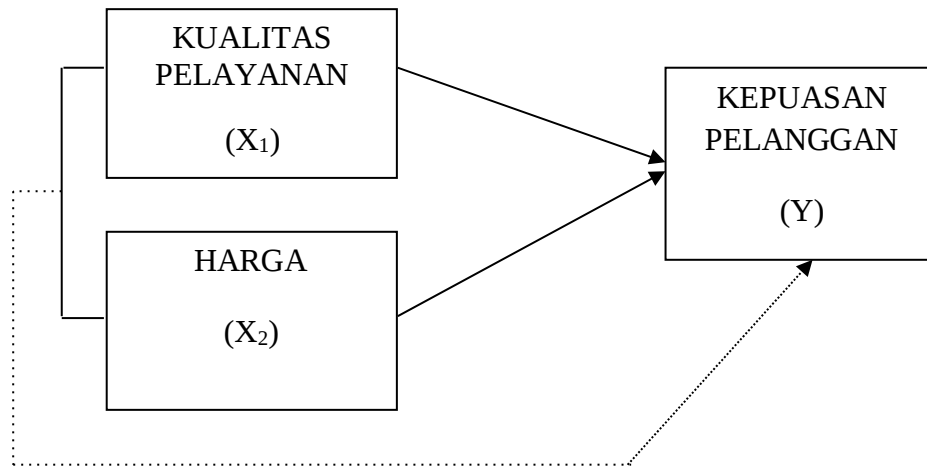
¹⁹ Andrian Harianto dan Melisa Zuriani Hasibuan,” Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarifierhadap Minat Beli Tiket Penumpang BUS ALS”, (*Jurnal Bisnis Net*, Vol. 5, No. 1, 2020).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hafis Zakaria yang berjudul pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Semarang ini berfokus pada bertambah dan berkembangnya suatu kualitas produk, layanan, sedangkan penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Andrian Harianto dan Melisa Zuriani Hasibuan yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap minat beli tiket penumpang bus ALS kesamaan pada objek diteliti yaitu bus ALS perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut hanya meneliti kualitas pelayanan, harga terhadap minat beli tiket sedangkan penelitian ini kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

C. Kerangka Pikir

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu bersifat relatif juga harapan dan interpretasi pelanggan berbeda-beda pula. Tetapi secara empirik kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (dayatanggap), *tangibility* (bukti fisik), dan *emphaty* (empati).

Gambar II. I
Kerangka Fikir



Keterangan:

= Simultan

→ = Parsial

Y=Kepuasan Pelanggan, variabel terikat (Dependen)

X₁= Kualitas Pelayanan, variabel bebas (Independen)

X₂= Harga, variabel bebas (Independen)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat adanya variabel bebas.

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (belum tentu benar) dan *tesis* (kesimpulan). Hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan sebagai logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan penelitian.

H_{a1} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

H_{o1} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

H_{a2} = Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS kotanopan Mandailing Natal.

H_{o2} = Tidak terdapat harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

H_{a3} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

H_{o3} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitiandi Jalan Perintis Kemerdekaan, nomor 216, KecamatanKotanopan Kabupaten MandailingNatal, Sumatra Utara. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Mei sampai Agustus 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkat. Penelitian ini merupakan penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjaga pertanyaan dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel lain.¹

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yangn diterapkan peneliti untuk dipenlajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi (analisis). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian

¹Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*,Mataram: CV. Pustaka Ilmu, 2020, hlm. 254

ini adalah seluruh pelanggan PT. ALS Kotanopan tahun 2022 dengan jumlah populasi 11.873 responden.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diteliti atau diamati. Untuk menentukan sampel-sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel alias tingkat signifikansi adalah 0,1 (10%)

$$n = \frac{11.873}{1 + 11.873(0,1)^2}$$

$$n = \frac{11.873}{119,73}$$

n = 99,16 responden, dibulatkan menjadi 99 responden.

Berdasarkan perhitungan jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 99 sampel.²

²Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kuantitatif*, (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), hlm.40

D. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan jenis sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui teknik dan prosedur pengambilan data berupa wawancara, observasi dan instrumen pengukuran yang sejalan dengan tujuan penelitian.³

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan jenis sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber terkait seperti data dokumentasi dan arsip-arsip resmi yang mendukung penelitian. Yang menjadi sumber data dari data sekunder yaitu buku-buku penunjang dan rata-rata dokumen dari objek penelitian.

E. Instrumen Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

a. Angket atau kuisisioner

Angket adalah pengumpulan informasi dengan menyampaikan sejumlah pernyataan tertulis secara sistematis. Pernyataan secara sistematis kemudian dikirim dan dibagikan untuk diisi oleh responden.

³Salim&Syahrums, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Citapustaka Media,2017,hlm. 135.

Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yaitu responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala Likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban yaitu:

Tabel III.1
Pengukuran Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berdasarkan definisi operasional masing-masing variabel maka dapat disusun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Berdasarkan penelitian ini maka kisi-kisi angket dibuat sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Harapan terpenuhi 2. Pelayanan yang memuaskan 3. Kemauan merekomendasikan	1, 2 3, 4 5, 6
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Keandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Wujud fisik	1, 2 3 4 5 6
Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan manfaat 3. Kesesuaian harga dengan kualitas	1, 2 3, 4 5, 6

b. Wawancara

Wawancara diartikan sebagai teknik pengumpulan data dalam survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Data yang dikumpulkan bersifat kompleks, sensitif, dan kontroversial sehingga respon dari sumber kurang memuaskan apalagi sumber kurang memahami pertanyaan yang telah diajukan.⁴

c. Dokumen

Informasi juga bisa didapatkan dari fakta-fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, lembaran-lembaran dan dokumentasi. Data berupa dokumen dapat dipergunakan sebagai alat untuk menggali informasi yang lebih jelas lagi tentang penelitian yang kita lakukan. Penelitian juga perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memaknai semua dokumen tersebut termasuk dokumen tentang penelitian terdahulu, sehingga tidak sekedar mengetahui apa saja tetapi mampu memahami segalanya.

F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan dari instrumen untuk mengukur secara aktual apa yang sebenarnya yang diukur dan tidak ada kesalahan di dalam menyimpulkannya. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang sebenarnya hendak diukur. Suatu instrumen memiliki validitas yang tinggi apabila

⁴*Ibid, hlm.136.*

hasilnya sesuai dengan kriteria. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,1 dengan kriteria sebagai berikut.

- 1) Jika hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir angket dinyatakan valid.
- 2) Jika hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir angket dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari alat pengukuran (measurement error). Sedangkan uji realibilitas instrument untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika nilai cronbach's alpha $> 0,6$ maka instrument di katakan reliabel.
- b. Jika nilai cronbach's alpha $< 0,6$ maka instrument di katakan tidak reliable.

G. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data untuk memperjelas masalah yang akan diteliti.

1. Uji Analisis Deskriptif

Metode analisis data deskriptif yaitu metode yang membantu menggambarkan, menunjukkan atau meringkas data dengan cara yang konstruktif. Metode ini mengacu pada gambaran statistic yang membantu memahami detail data dengan meringkas dan menemukan pola dari sampel data tertentu. Tujuan metode deskriptif ini yaitu untuk menguraikan suatu

permasalahan secara jelas, akurat, dan sistematis berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Metode statistik deskriptif ini terdiri dari, mean, median, frekuensi, mode, range, standar deviasi, dan skewness.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji model regresi, apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam uji normalitas adalah uji one sample Kolmogorov-smirnov. Pengambilan keputusan dari uji normalitas dengan metode uji one sample Kolmogorov-Smirnov, kriteria uji adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan nilai residual tidak berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka H_0 diterima dan nilai residual berdistribusi normal

3. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi kurang dari 0,1.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji ini pada dasarnya untuk melihat ada tidaknya signifikan antara variabel dan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Uji ini dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance. Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai Tolerance $\geq 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *rank spearman* yaitu dengan mengkorelasikan antar absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

Pada pengujian ini dilakukan dengan melihat kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> \alpha = 0,1$, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika nilai signifikan $< \alpha = 0,1$, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.⁵

I. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara variabel terikat terhadap satu atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda akan dilakukan jika jumlah variabel bebas minimal 2 variabel. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Adapun persamaannya dapat dilihat sebagai berikut:¹

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

$b_1 b_2$: Koefisien regresi linear berganda

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Harga

e : *error*

⁵Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran (Disertai Dengan Contoh Hasil Penelitian)*, hlm. 29

Berdasarkan rumus di atas, maka persamaan regresi linear berganda untuk penelitian ini adalah :

$$KP = a + b_1KPL + b_2P + e$$

Keterangan:

KP : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b_1 b_2 : Koefisien Regresi Variabel

KPL : Kualitas Pelayanan

P : Harga

e : *error*

J. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefien deterrminasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kecocokan ataupun ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi mendeskripsikan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin besar (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq$ dapat diartikan sebagai berikut:

a. = 0, berarti tidak ada hubungan ada antara X dan Y

b. = 1, berarti ada hubugan antara X dan Y.

K. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dengan t-test pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individual dengan menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a di tolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan analisis variasi dalam regresi berganda pada hakikatnya diperlukan untuk menunjukkan sumber-sumber variasi yang menjadi komponen dari variasi total model regresi. Dengan analisis variasi ini akan dapat diperoleh pengertian tentang bagaimana pengaruh sekelompok variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas. Ketentuan dalam uji F adalah:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah Umum PT. ALS Kotanopan

PT. Antar Lintas Sumatera (ALS) didirikan 29 September 1966, di Kotanopan sebagai salah satu Kecamatan terluas Provinsi Sumatera Utara, berjarak 497,6 km dari kota Medan, Ibu Kota Provinsi dengan waktu tempuh sekitar 12 jam via jalan darat.

Adapun para pendiri perusahaan PT. ALS yaitu ada tujuh orang yang tercatat sebagai pendiri perusahaan ini yaitu: H. Sati Lubis sendiri, yang menjabat sebagai Direktur Utama, H. Alinafiah Lubis sebagai wakil Dirut, H. Arif Lubis sebagai Presiden Komisaris, M. Rasyad, H. Nursewan, H. Jagulembang dan Jasanti. Pada awalnya hanya ada 10 unit bus sebagai modal awal PT. ALS, yang dimiliki oleh para pendiri dengan komposisi kepemilikan sbb: H. Sati Lubis memiliki 1 unit bus, Alinafiah Lubis 1 unit, Arif Lubis 2 unit, M. Rasyad 1 unit, Nursewan 2 unit, Jagulembang 2 unit dan Jasanti 1 unit.

Prestasi yang dilahirkan H. Sati Lubis dalam membangun perusahaan bus moda angkutan darat patut kita jadikan suri teladan. Kalau kita lihat lebih spesifik pada awal pendirian perusahaan ini, sebagian besar jalan raya di Pulau Sumatera masih jalan sederhana yang berlumpur. Namun dengan pasti PT. ALS mampu menghubungkan kota ke kota di Sumatera, bahkan tahun 1980 telah menyebrang ke pulau Jawa. Akhirnya

bus AKAP ALS dikukuhkan sebagai bus dengan trayek terjauh di Indonesia, yaitu Banda Aceh sampai ke Jember Surabaya dengan jarak 3436,5 km, dengan waktu tempot kurang satu minggu dalam kondisi jalan raya di tahun 1980-an tentunya merupakan yang fantastik. Hal yang tidak boleh kita lupakan pula bahwa PT. ALS bekerjasama dengan pemerintah dalam mendistribusikan Pos Negara, yang waktu itu berpusat Bandung , khususnya Pulau Sumatera dan Pulau Jawa.

Perusahaan ini didirikan atas dasar kekeluargaan, saling tolong menolong untuk kemajuan bersama, serta memberikan pelayanan yang baik kepada penumpang. Penumpang bus ini awalnya adalah orang Mandailing sedangkan pemiliknya juga orang Mandailing sehingga penumpang merasa bus ini milik bersama dan pemilik pun beranggapan bahwa penumpang bus adalah keluarganya sendiri.

Pelayanan prima yang diberikan kepada penumpang membuat bus ALS dalam waktu cepat menjadi transportasi umum yang diminati masyarakat. Pimpinan perusahaan H. Sati Lubis tak bosan-bosannya mengingatkan supir dan seluruh pegawai bus agar memberikan tanggung jawab yang besar terhadap keselamatan dan kenyamanan penumpang, serta menjaga barang-barang penumpang dari rumah sampai ke tempat tujuan.

2. Visi dan Misi PT. ALS Kotanopan

a) Visi

Visi adalah cara pandang jauh kedepan kemana perusahaan harus dibawa harus dapat eksis, antisipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu

gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan. Adapun visi PT. ALS Kotanopan adalah menjadikan PT. ALS sebagai service company yang bergerak dalam bisnis jasa transportasi.

b) Misi

Misi adalah sesuatu yang harus dicapai suatu perusahaan. Misi merupakan sebuah pernyataan yang digunakan sebagai cara untuk mengkomunikasikan dari sebuah perusahaan. Adapun misi PT. ALS Kotanopan adalah memberikan kepuasan value dan benefit terbaik tanpa henti kepada penumpang.

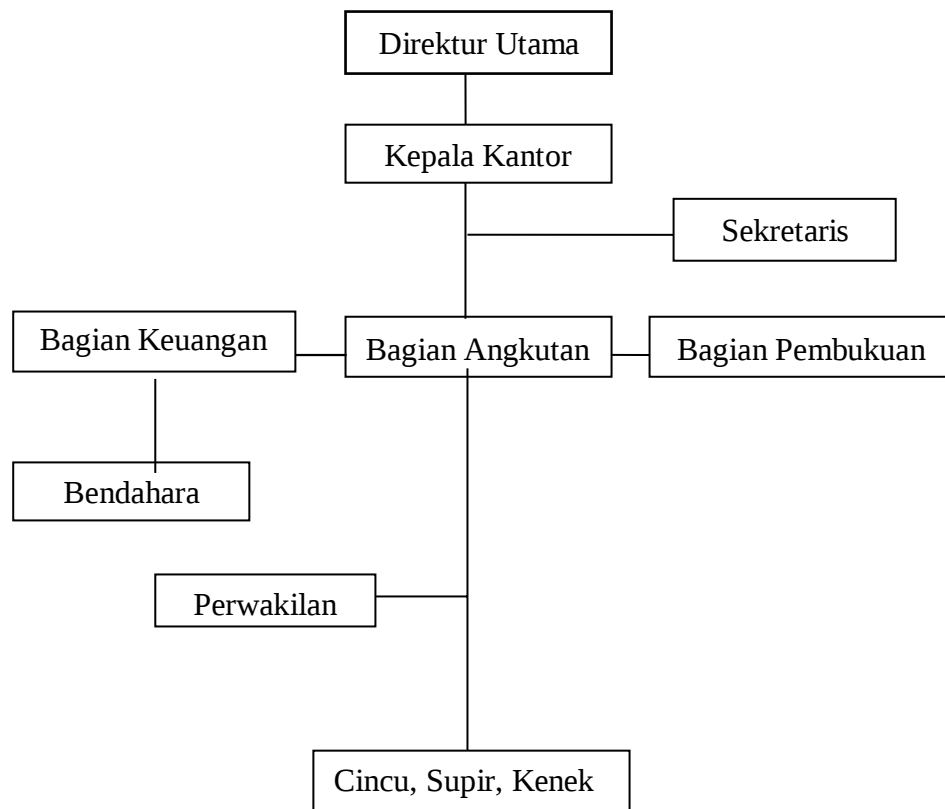
3. Struktur Organisasi PT. ALS Kotanopan

Organisasi merupakan gabungan ataupun kumpulan dari beberapa orang dalam mencapai suatu tujuan yang sama. Pada dasarnya perusahaan atau organisasi memiliki struktur organisasi, hal tersebut dikarenakan struktur organisasi dapat memperjelas dan menggambarkan tugas, wewenang dan tanggung jawab tiap anggota atau karyawan pada perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan akan mempermudah koordinasi antara karyawan dan pemimpin perusahaan, sehingga tidak terjadi kelimpahan tanggung jawab.

PT. ALS Kotanopan menciptakan struktur organisasi yang membantu di dalam aktifitas-aktifitas perusahaan yang disusun berdasarkan tugas dan wewenang masing-masing karyawan, sehingga dapat terlihat pembagian tugas secara sistematis. Hal ini dimaksudkan untuk kelancaran

operasional perusahaan. Adapun bagan struktur organisasi pada PT. ALS Kotanopanyaitu sebagai berikut:

Gambar IV. I
Struktur Organisasi PT. ALS Kotanopan



4. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 100 responden. Kemudian dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan jenis kelamin, umur, dan jumlah pembelian. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut:

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat disajikan melalui tabel IV.1 berikut :

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	43
2	Perempuan	57
Jumlah		100 orang

Sumber: Data Primer, Agustus 2023

Berdasarkan tabel IV.1 menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu 43 orang. Sedangkan responden perempuan sebanyak 57 orang. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak melakukan jasa transportasi PT. ALS Kotanopan

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan umur pada tabel IV.2 berikut.

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia

No	Usia Responden	Jumlah
1	17- 20 tahun	23
2	21-40 tahun	45
3	41- 50 tahun	27
4	>50 tahun	5
Jumlah		100 orang

Sumber: Data Primer, Agustus 2023

Berdasarkan tabel IV.2 hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa jumlah responden berusia 17-20 tahun

sebanyak 23 orang, responden berusia 21-40 tahun sebanyak 45 orang, responden berusia 41-50 tahun sebanyak 27 orang, dan yang berusia di atas 50 tahun yaitu sebanyak 5 orang.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan jasa

Karakteristik responden berdasarkan jumlah penggunaan jasa menguraikan menurut berapa kali responden melakukan penggunaan jasa pada PT. ALS Kotanopan yang dapat dilihat dari tabel IV.3 berikut:

Tabel IV.3
Karakteristik Berdasarkan Jumlah Penggunaan Jasa

No	Jumlah Penggunaan Jasa	Jumlah
1	Satu kali	21
2	Dua kali	34
3	Tiga kali atau lebih	45
Jumlah		100 orang

Sumber: Data Primer, Agustus 2023

Berdasarkan tabel IV.3 menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jumlah penggunaan jasa menunjukkan bahwa responden dengan jumlah penggunaan jasa satu kali sebanyak 21 orang, responden dengan jumlah dua kali sebanyak 34 orang, dan jumlah responden sebanyak tiga kali atau lebih sebanyak 45 orang.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan

derajat kebebasan (df)= $n-2$, jadi $df = 99-2 = 97$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Pelayanan (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,678	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=99-2=97$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1663	Valid
2	0,645		Valid
3	0,685		Valid
4	0,622		Valid
5	0,550		Valid
6	0,711		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV. 4 hasil uji validitas Kualitas Pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1 sampai dengan 6 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1663 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,634	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=99-2=97$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1663	Valid
2	0,568		Valid
3	0,698		Valid
4	0,525		Valid
5	0,663		Valid
6	0,450		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV. 5 hasil uji validitas Harga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1 sampai dengan 6 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1663 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,623	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n - 2 = 99 - 2 = 97$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1663	Valid
2	0,563		Valid
3	0,532		Valid
4	0,590		Valid
5	0,703		Valid
6	0,660		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV. 5 hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan 1 sampai dengan 6 adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1663 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *corrected item-total correlation*.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel IV.7 berikut ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,721	6	Reliabel
Harga	0,612	6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,648	6	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV.5 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas pelayanan $0,721 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. Selanjutnya, Cronbach's Alpha untuk variabel harga adalah $0,612 >$

0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable harga adalah reliabel. Cronbach's Alpha untuk kepuasan pelanggan adalah $0,648 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel.

3. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dalam bentuk mean, maksimum, dan minimum.

Tabel IV.8
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	99	12	30	23.88	2.492
Harga	99	12	28	23.17	2.369
Kepuasan Pelanggan	99	11	29	22.87	2.598
Valid N (listwise)	99				

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV.8 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 99 mempunyai nilai *mean* 23,88 dengan nilai minimum 12 dan nilai maximum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,492. Variabel harga dengan jumlah data (N) sebanyak 99 mempunyai nilai *mean* 23,17 dengan nilai minimum 12 dan nilai maximum 28 serta standar deviasinya sebesar 2,369. Variabel kepuasan pelanggan dengan jumlah data (N) sebanyak 99 mempunyai nilai *mean* 22,87 dengan nilai minimum 11 dan nilai maximum 29 serta standar deviasinya sebesar 2,598.

4. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas residual dengan metode *kolmogorov-smirnov*, dengan melihat pada nilai sig (signifikan). Jika signififikasinya $< 0,1$ kesimpulan data tidak berdistribusi normal. Jika signififikasinya $> 0,1$ maka data berdistribusi normal.

Tabel IV.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.49297042
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.083
	Negative		-.082
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed)			.093 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.484 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.471
		Upper Bound	.496

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel IV. 9 hasil uji di atas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusikan normal. Hal ini di ketahui bahwa nilai signififikasi (Monte Carlo Sig 2-tailed) sebesar 0,484 data berdistribusi normal jika nilai signififikasinya $> 0,1$.

5. Hasil Uji Linearitas

Pengujian linieritas dengan menggunakan Test For Linearity dengan rumus Anova taraf signifikan 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila nilai signifikansi kurang dari 0,1. Hasil Perhitungan data dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel IV. 10
Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	464.995	14	33.214	14.213	.000
		Linearity	433.171	1	433.171	185.364	.000
		Deviation from Linearity	31.824	13	2.448	1.048	.416
	Within Groups		196.298	84	2.337		
	Total		661.293	98			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan tabel IV.8 nilai Sig. Sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig < 0,1 (0,000 < 0,1) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan adalah linier.

Tabel IV. 11
Hasil Uji Linearitas Harga Dengan Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between	(Combined)	408.676	11	37.152	12.795	.000
	Groups	Linearity	383.388	1	383.388	132.037	.000

Kepuasan Pelanggan	Deviation from Linearity	25.288	10	2.529	.871	.563
* Harga	Within Groups	252.617	87	2.904		
	Total	661.293	98			

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

Berdasarkan tabel IV.8 nilai Sig. Sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan nilai Sig < 0,1 (0,000 < 0,1) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel harga dengan variabel kepuasan pelanggan adalah linier.

6. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah. “jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

Tabel IV.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.791	1.536		1.166	.247		
Kualitas Pelayanan	.625	.122	.600	5.112	.000	.250	4.000
Harga	.265	.129	.242	2.063	.042	.250	4.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel IV.12 nilai *tolerance* dari variabel kualitas pelayanan adalah $0,250 > 0,1$ variabel harga adalah $0,250 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (*tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan dan harga adalah $4,000 < 10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan dengan melihat kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika signifikan hasil korelasi $< 0,1$, maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas.
- 2) Jika signifikan hasil korelasi $> 0,1$, maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

Tabel IV.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations			Kualitas Pelayanan	Harga	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.776**	-.046
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.649
		N	99	99	99
	Harga	Correlation Coefficient	.776**	1.000	-.007
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.948
		N	99	99	99
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.046	-.007	1.000
		Sig. (2-tailed)	.649	.948	.
		N	99	99	99

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

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

Berdasarkan tabel IV.13 menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan $0,649 > 0,1$ dan nilai signifikasi harga $0,948 > 0,1$. Semuanya nilai $\text{sig} > 0,1$ jadi dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas antara variabel kualitas pelayanan dan harga.

7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel IV.14
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.791	1.536		1.166	.247
Kualitas Pelayanan	.625	.122	.600	5.112	.000
Harga	.265	.129	.242	2.063	.042

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel IV.12 pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1KPL + b_2P + e$$

$$KP = 1,791 + 0,625KPL + 0,265P$$

Dari persamaan regresi dapat diartikan bahwa :

- a. Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 1,791 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan harga nilainya 0, maka para pelanggan menentukan kepuasan pelanggan sebesar 1,791 satuan.
- b. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,625. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka penentuan kepuasan pelanggan akan naik sebesar $1,791 + 0,625 = 2,416$ satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien variable harga bernilai positif sebesar 0,265. Artinya apabila variable harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka penentuan kepuasan pelanggan akan naik sebesar $1,791 + 0,265 = 2,056$ satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel IV.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.670	.663	1.508

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel IV.15 nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,663 atau 66,3% hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan PT. ALS Kotanopan. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

9. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.16
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.791	1.536		1.166	.247
Kualitas Pelayanan	.625	.122	.600	5.112	.000
Harga	.265	.129	.242	2.063	.042

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel IV.16 hasil uji parsial dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah 5,112 dan untuk t_{tabel} diperoleh rumus $(df) = n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 99-2-1 = 96$ maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,66088 sehingga dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan adalah 5,112 dan t_{tabel} sebesar 1,66088 ini berarti $t_{hitung} (5,112) > t_{tabel} (1,66088)$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.
- b. Hasil uji t pada variabel harga adalah 2,063 dan t_{tabel} sebesar 1,66088 ini berarti $t_{hitung} (2,063) > t_{tabel} (1,66088)$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Hasil uji simultan (uji F) pada variabel ini sebagai berikut:

Tabel IV.17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442.855	2	221.427	97.314	.000 ^b
	Residual	218.438	96	2.275		
	Total	661.293	98			

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel IV.17 hasil uji simultan di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 97,314 dan nilai F_{tabel} diperoleh dari rumus df ($N1 = k-1$ ($3-1$) = 2 dan df ($N2$) = $n-k-1$ ($99-2-1$) = 96 sehingga di peroleh $F_{tabel} = 2,36$ sehingga dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} ($97,314$) > F_{tabel} ($2,36$) maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal dengan jumlah responden 99 pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh persamaan yaitu:

$$KP = 1,791 + 0,625KPL + 0,265P$$

Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 1,791 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan harga nilainya 0, maka para pelanggan menentukan kepuasan pelanggan sebesar 1,791 satuan. Koefisien variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,625. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka penentuan kepuasan pelanggan akan naik sebesar $1,791 + 0,625 = 2,416$ satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Koefisien variabel harga bernilai positif sebesar 0,265. Artinya apabila variabel harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka penentuan kepuasan pelanggan akan naik sebesar $1,791 + 0,265 = 2,056$ satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Adapun berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan dengan $t_{hitung} (5,112) > t_{tabel} (1,66088)$. Penelitian ini sesuai dengan teori Schumpeter yang mengatakan bahwa pembangunan ekonomi sangat ditentukan oleh adanya inisiatif dari golongan pengusaha yang inovatif atau golongan *entrepreneur*, untuk menciptakan kualitas atau pembaharuan dalam perekonomian.¹ Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Lisdayanti, yang dalam

¹Lisdayanti, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Taxi Online (Grabcar) Di Makassar*”(Thesis, Makassar, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar 2018)

penelitian mereka menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui pelanggan baru pada taxi online Makassar 2018.² Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Eka Puspita Sari yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada bus trans Jogja 2020.³ Artinya bahwa apabila semakin berkualitas PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggannya.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal

Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada PT. ALS Kotanopan dengan $t_{hitung} (2,063) > t_{tabel} (1,66088)$. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Andriansyah (2020) yang dalam penelitiannya bahwa harga (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.⁴ Artinya apabila kualitas pelanggan pada PT. ALS Kotanopan bagus maka akan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

²Eka Puspita Sari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Umum Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Trans Jogja”,(Thesis, Jogja, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN 2020).

³Andriansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia Panyabungan”,(Thesis, Padangsidimpuan, UIN SYAHADA Padangsidimpuan 2020).

⁴Muhammad Hafis Zakaria, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Wilayah Semarang”, (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro 2020).

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal

Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan dengan $F_{hitung} (97,314) > F_{tabel} (2,36)$. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Muhammad Hafis Zakiria dan Andrian Harianto dkk (2020) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁵

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Akan tetapi, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Selama melakukan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa keterbatasan peneliti, beberapa diantaranya yaitu:

1. Keterbatasan penelitian dalam menyebar angket karena peneliti tidak dapat menjamin kejujuran responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang ada.
2. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan

⁵Andrian Harianto dan Melisa Zuriani Hasibuan,” Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif terhadap Minat Beli Tiket Penumpang BUS ALS”, (*Jurnal Bisnis Net*, Vol. 5, No. 1, 2020).

disebabkan variabel bebas yang digunakan hanya dua variabel sehingga kurang maksimal dalam menjelaskan variabel terikat dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya menemukan 66,3% dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan sisanya 33,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam skripsi ini.

3. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena lokasi yang diteliti hanya mencakup sebagian kecil dari lokasi PT. ALS Kotanopan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dikemukakan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisis regresi linear berganda diketahui nilai konstanta dalam persamaan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 1,791 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan harga nilainya 0, maka para pelanggan menentukan kepuasan pelanggan sebesar 1,791 satuan.
 - b. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,625. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka penentuan kepuasan pelanggan akan naik sebesar $1,791 + 0,625 = 2,416$ satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
 - c. Nilai koefisien variabel harga bernilai positif sebesar 0,265. Artinya apabila variabel harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka penentuan kepuasan pelanggan akan naik sebesar $1,791 + 0,265 = 2,056$ satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
2. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,663 atau 66,3% hal ini menunjukkan bahwa variabel

kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan adalah 5,112 dan t_{tabel} sebesar 1,66088 ini berarti $t_{\text{hitung}} (5,112) > t_{\text{tabel}} (1,66088)$, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.
4. Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga adalah 2,063 dan t_{tabel} sebesar 1,66088 ini berarti $t_{\text{hitung}} (2,063) > t_{\text{tabel}} (1,66088)$, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.
5. Berdasarkan hasil uji simultan di atas dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 97,314 dan nilai F_{tabel} diperoleh dari rumus $df (N1) = k-1 (3-1) = 2$ dan $df (N2) = n-k-1 (99-2-1) = 96$ sehingga di peroleh $F_{\text{tabel}} = 2,36$ sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{\text{hitung}} (97,314) > F_{\text{tabel}} (2,36)$, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas adapun saran-saran yang diberikan peneliti adalah:

1. Kepada pemilik agar terus meningkatkan kualitas pelayanan guna untuk meningkatkan daya tarik pelanggan untuk menggunakan jasa transportasi PT. ALS Kotanopan.
2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat diijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan memperlihatkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan agar dapat menggunakan jasa transportasi PT. ALS Kotanopan seperti variabel promosi, pelayanan dan harga.
3. Hubungan kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai nilai yang besar terhadap keputusan pelanggan pada PT. ALS Kotanopan, untuk itu hendaknya perusahaan meningkatkan dan mengevaluasi lagi kedua variabel ini agar semakin banyak pelanggan dan meningkatkan kualitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Buchari Alma. 2014, *manajemen pemasaran dan pemasaram jasa*, alpabeta: Bandung.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2007, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Hardani dkk. 2020, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Mataram: CV. Pustaka Ilmu
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2015, *Menejemen Pemasaran*, Diterjemahkan dari *Marketing Manajemen*, oleh Benyamin Molan, Indonesia : PT Indeks.
- Masyhur. 2020, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Disertai Dengan Contoh Hasil Penelitian.
- Meithiana Indrasari. 2019, *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*, Surabaya: Unitomopress.
- Moelong lexy. 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Parinduri Muhammad Bakhsan. 2021, *Biografi Keteladanan H. Sati Lubis Gelar Raja Naga*, Medan: CV. Prima Utama.
- Rosady Ruslan. 2017, *Metode Penelitian: Publik Relation dan Komunikasi*, Jakarta : Raja GrapindoPersada
- Salim& Syahrums. 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Citapustaka Media.
- Sirajuddin Saleh. 2017, *Analisis Data Kuantitatif*, Bandung: Pustaka Ramadhan.

Sumber Jurnal:

- Fauzan M, dkk. 2021, Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Pengendalian Negeri Simalungun Menggunakan Metode Algoritma C4. 5, *Jurnal Riset Sistem Iformasi dan Teknik Informatika*, Vol, 6, No.1.
- Fauzan M, dkk. 2022, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, IAIN Padangsidimpuan*, Vol. 7, No. 2.

- Fauzan M, dkk. 2022, Analisis Perilaku Konsumen Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan Terhadap Pembelian Suatu Barang Secara Online, *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidimpuan*, Vol, 1, No. 1.
- Harianto Andrian dan Hasibuan Meliza Zuriani. 2020, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus A.L.S, Jurnal Bisnis Net*, Vol. 5, No. 1.
- Saniah Nur. 2020, Zakat Profesi Perspektif Tafsir Ayat Ahkam (Analisis Terhadap Surah al-baqarah ayat 267), *Jurnal Ilmu Alquran dan Tafsir*, vol. 2, No. 2.
- Suprianto Joko, dkk. 2021, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada P.O Bus Harapan Jaya di Jl.Joyo Martono Bekasi Timur, Jurnal Al-Misbah*, Vol. 2, No. 1
- Taufiq. 2018, Memakan Harta Secara Batil (Perspektif AN-Nisa: 29 dan At-Taubat: 34), *Jurnal Ilmiah Syariah*, vol 17,no 2, hlm.249.
- Zakaria Muhammad Hafis. 2020, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Wilayah Semarang, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro*.

Sumber Skripsi:

- Andriansyah. 2020, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS Indonesia Panyabungan, Padangsidimpuan, UIN SYAHADA Padangsidimpuan*.
- Arif Chairul. 2017, *pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan dan loyalitas transportasi ojek online/ GOJEK(studi kasus pada mahasiswa feb usu)* skripsi medan, universitas sumatra utara, <http://repositori.USU.AC.ID>.
- Jamari. 2017, *Faktor-Fakto Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Khususnya Siswa SMA Atau SMK DIY Dalam Menggunakan Layanan Kolam Renang UNY Yogyakarta*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Karyadi M. 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Damri Bandar Lampung*, Lampung.

Sumber Wawancara:

- Daulay Imran Bakri. Perwakilan PT. ALS Kotanopan, wawancara 2023.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

Nama : Yustika Manora

Tempat/Tanggal Lahir : Tombang Bustak, 28 Januari 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Anak Ke : 5 dari 5 bersaudara

Status : Mahasiswa

Alamat : Tombang Bustak, Kecamatan Kotanopan,
Kabupaten Mandailing Natal

Nomor Hp/ Email : 081269724659/yustikamanora@gmail.com

II. DATA ORANG TUA/ WALI

Nama Orang Tua

Ayah : Muhammad Bangun Pulungan

Ibu : Alm. Kartina Lubis

Pekerjaan Orang Tua

Ayah : Petani

Ibu : -

Alamat Orang Tua : Tombang Bustak, Kecamatan Kotanopan,
Kabupaten Mandailing Natal

III. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 : SD Negeri 200 Kotanopan

Tahun 2012-2016 : SMP Negeri 1 Kotanopan

Tahun 2016-2019 : SMA Negeri 1 Kotanopan

Tahun 2019-Sekarang : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah UIN
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGKUTAN PT.ALS
KOTANOPAN MANDAILING NATAL

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis kelamin (pilih salah satu di bawah ini) :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia saat ini :
4. Pekerjaan :
5. Sudah berapa kali melakukan pembelian pada usaha kopi merek Tabo Sipirok
Coffee (pilih salah satu di bawah ini) :
☐ satu kali
☐ dua kali
☐ tiga kali/lebih

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang () pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.
4. Pastikan jawaban-jawaban yang anda berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya dan sesuai dengan kenyataan.

Keterangan Jawaban:

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Angket Kualitas Pelayanan (X_1)

NO	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X_1)	ALTERNATIF JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya suka dengan PT.ALS Kotanopan karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji.					
2.	Saya suka dengan PT.ALS Kotanopan karena pelayanan yang diberikan tepat waktu.					
3.	Saya suka dengan PT.ALS Kotanopan karena petugas bus ALS cepat dan tanggap dalam menangani masalah yang terjadi didalam bus.					
4..	Saya memilih PT.ALS Kotanopan karena menjamin bahwa sopir dan kru lainnya bekerja sudah berpengalaman dalam bidangnya.					

5.	Saya suka dengan PT.ALS Kotanopan karena karyawan mampu membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan.					
6.	Saya memilih PT.ALS Kotanopan karena selalu memastikan kondisi bus layak untuk digunakan.					

2. Angket Harga (X₂)

NO	VARIABEL HARGA (X ₂)	ALTERNATIF JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Harga tiket transportasi PT.ALS Kotanopan masih terjangkau masyarakat.					
2.	Harga tiket transportasi PT.ALS Kotanopan sesuai dengan waktu dan jarak tempuh yang diinginkan.					
3.	Harga tiket patas seat 36 pada PT.ALS Kotanopan cukup mahal karena fasilitas yang diberikan lebih bagus.					
4.	Harga tiket ekonomi pada PT.ALS Kotanopan sesuai dengan fasilitas yang diberikan.					
5.	Harga tiket jasa transportasi PT.ALS Kotanopan sesuai dengan kualitas yang diberikan.					

6.	Harga jasa transportasi PT.ALS Kotanopan kompetitif dengan harga jasa transportasi yang lain.					
----	---	--	--	--	--	--

3. Angket Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)	ALTERNATIF JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau membuat saya merasa puas dan senang.					
2.	Pelayanan yang diberikan oleh PT.ALS Kotanopan sesuai dengan yang diharapkan.					
3.	Saya puas terhadap PT.ALS Kotanopan karena pelayanan yang cepat, berangkat tepat waktu, mampu menjamin keamanan barang.					
4.	Saya merasa puas dengan jasa transportasi PT.ALS Kotanopan karena pelayanan yang diberikan sesuai.					
5.	Saya bersedia merekomendasikan PT.ALS Kotanopan ke orang lain.					
6.	Saya mengajak keluarga saya untuk menjadi pelanggan PT.ALS Kotanopan.					

Kotanopan, Agustus 2023

Responden

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN

Petunjuk:

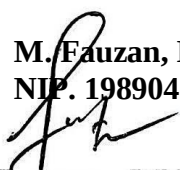
1. Mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berilah tanda *Cheklis* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang diberikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Keandalan	1, 2			
Daya Tanggap	3			
Jaminan	4			
Empati	5			
Wujud Fisik	6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padang, 14 Agustus 2023
Validitor


M. Fauzan, M.E.I
NIP. 198904042020121009
M. Fauzan, M.E.I
NIP. 198904042020121009

Petunjuk:

- | Indikator | Nomor Soal | V | VR | TV |
|----------------------------------|------------|---|----|----|
| Keterjangkauan Harga | 1, 2 | | | |
| Kesesuaian Harga dengan Manfaat | 3, 4 | | | |
| Kesesuaian Harga dengan Kualitas | 5, 6 | | | |

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, Agustus 2023
Validitor


M. Fauzan, M.E.I
NIP. 198904042020121009
M. Fauzan, M.E.I
NIP. 198904042020121009

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN**

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berilah tanda *Cheklis* () pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang diberikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Harapan Terpenuhi	1, 2			
Pelayanan yang Memuaskan	3,4			
Kemauan Merekomendasikan	5,6			

Catatan:

.....
.....
.....

Padang, disimpulkan, Agustus 2023
Validitor


M. Fauzan, M.E.I
NIP. 198904042020121009
M. Fauzan, M.E.I
NIP. 198904042020121009

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.398**	.320**	.293**	.264**	.362**	.678**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.008	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	.398**	1	.124	.278**	.505**	.138	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000		.223	.005	.000	.172	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.320**	.124	1	.318**	.180	.785**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.001	.223		.001	.074	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.293**	.278**	.318**	1	.064	.409**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.003	.005	.001		.528	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X1.5	Pearson Correlation	.264**	.505**	.180	.064	1	.139	.550**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.074	.528		.169	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X1.6	Pearson Correlation	.362**	.138	.785**	.409**	.139	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.172	.000	.000	.169		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Total_X1	Pearson Correlation	.678**	.645**	.685**	.622**	.550**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

Uji Validitas Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson	1	.088	.280**	.149	.626**	.133	.634**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.386	.005	.141	.000	.189	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson	.088	1	.363**	.169	.131	-.001	.568**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.386		.000	.095	.197	.991	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson	.280**	.363**	1	.264**	.360**	.214*	.698**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.008	.000	.033	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson	.149	.169	.264**	1	.142	.210*	.525**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.141	.095	.008		.160	.037	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson	.626**	.131	.360**	.142	1	.180	.663**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.197	.000	.160		.075	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X2.6	Pearson	.133	-.001	.214*	.210*	.180	1	.450**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.189	.991	.033	.037	.075		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Total_X2	Pearson	.634**	.568**	.698**	.525**	.663**	.450**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

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

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.125	.371**	.221*	.427**	.211*	.623**
	Sig. (2-tailed)		.218	.000	.028	.000	.036	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	.125	1	-.003	.247*	.221*	.540**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.218		.977	.014	.028	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	.371**	-.003	1	.000	.302**	.071	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.977		.996	.002	.484	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y4	Pearson Correlation	.221*	.247*	.000	1	.386**	.371**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.028	.014	.996		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y5	Pearson Correlation	.427**	.221*	.302**	.386**	1	.285**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.002	.000		.004	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y6	Pearson Correlation	.211*	.540**	.071	.371**	.285**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.036	.000	.484	.000	.004		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Total_Y	Pearson Correlation	.623**	.563**	.532**	.590**	.703**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

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

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	6

Uji Reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	6

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	6

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	99	12	30	23.88	2.492
Harga	99	12	28	23.17	2.369
Kepuasan Pelanggan	99	11	29	22.87	2.598
Valid N (listwise)	99				

Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.49297042
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.083
	Negative		-.082
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed)			.093 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.484 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.471
		Upper Bound	.496

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between	(Combined)	464.995	14	33.214	14.213	.000
	Groups	Linearity	433.171	1	433.171	185.364	.000
		Deviation from Linearity	31.824	13	2.448	1.048	.416
	Within Groups		196.298	84	2.337		
	Total		661.293	98			

Uji Linearitas Harga

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	408.676	11	37.152	12.795	.000
		Linearity	383.388	1	383.388	132.037	.000
		Deviation from Linearity	25.288	10	2.529	.871	.563
	Within Groups		252.617	87	2.904		
	Total		661.293	98			

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.791	1.536		1.166	.247		
Kualitas Pelayanan	.625	.122	.600	5.112	.000	.250	4.000
Harga	.265	.129	.242	2.063	.042	.250	4.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Kualitas Pelayanan	Harga	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation	1.000	.776**	-.046
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.649
		N	99	99	99
	Harga	Correlation	.776**	1.000	-.007
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.948
		N	99	99	99
	Unstandardized Residual	Correlation	-.046	-.007	1.000
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.649	.948	.
		N	99	99	99

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

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.791	1.536		1.166	.247
	Kualitas Pelayanan	.625	.122	.600	5.112	.000
	Harga	.265	.129	.242	2.063	.042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.791	1.536		1.166	.247
Kualitas Pelayanan	.625	.122	.600	5.112	.000
Harga	.265	.129	.242	2.063	.042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	442.855	2	221.427	97.314	.000 ^b
Residual	218.438	96	2.275		
Total	661.293	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.670	.663	1.508

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Responden	Variabel Kualitas Pelayanan (X1)						Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	5	4	4	4	25
2	4	4	5	4	4	4	25
3	4	4	5	4	3	4	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	3	2	4	3	19
6	4	5	3	2	5	3	22
7	4	5	4	4	4	5	26
8	5	4	5	5	4	5	28
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	4	5	4	4	5	25
12	4	4	5	3	4	5	25
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	4	4	4	4	4	25
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	3	4	4	3	4	22
17	4	3	4	4	4	4	23
18	4	3	4	4	3	4	22
19	3	4	4	4	4	4	23
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	3	4	4	23
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	4	4	4	4	4	23
25	4	4	5	4	4	5	26
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	5	25
28	5	5	5	4	5	5	29
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	2	4	4	22
31	4	4	4	4	3	4	23
32	3	4	5	4	4	5	25

33	4	4	4	3	4	4	23
34	3	3	4	4	4	4	22
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	4	4	4	4	4	23
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	3	3	4	22
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	3	4	3	3	4	21
43	4	4	4	3	4	4	23
44	3	1	5	3	4	5	21
45	2	2	4	3	2	4	17
46	5	4	5	4	4	5	27
47	4	4	4	3	4	4	23
48	3	4	4	3	4	4	22
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	4	3	4	4	3	21
51	5	4	4	4	4	4	25
52	5	4	5	4	4	5	27
53	5	4	4	4	4	4	25
54	5	4	5	4	1	5	24
55	4	5	4	4	5	4	26
56	3	4	5	3	4	5	24
57	4	4	5	4	4	4	25
58	4	3	4	4	3	4	22
59	4	4	5	4	4	5	26
60	4	4	5	5	4	5	27
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	5	4	4	5	26
63	4	4	5	5	4	5	27
64	3	3	5	5	3	5	24
65	2	2	2	2	2	2	12
66	4	4	5	3	4	5	25

67	4	4	4	3	4	4	23
68	4	5	4	4	5	4	26
69	3	4	4	4	4	4	23
70	5	4	5	4	4	5	27
71	4	3	4	4	3	4	22
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	5	4	4	5	26
74	4	4	5	4	4	5	26
75	4	4	5	4	4	4	25
76	4	4	4	4	3	4	23
77	4	4	5	4	4	5	26
78	3	4	5	4	4	5	25
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	3	4	3	3	4	3	20
82	4	4	4	5	4	4	25
83	5	5	4	4	5	4	27
84	4	3	4	4	3	4	22
85	4	3	4	4	4	4	23
86	4	3	4	4	3	4	22
87	4	3	4	4	4	4	23
88	5	4	5	4	4	5	27
89	5	4	4	4	4	4	25
90	5	4	5	4	4	5	27
91	4	4	5	5	4	4	26
92	3	4	5	3	4	3	22
93	4	4	5	3	4	4	24
94	5	5	5	3	5	4	27
95	4	4	3	5	3	4	23
96	4	5	3	4	4	4	24
97	4	5	4	3	3	4	23
98	4	1	4	1	4	4	18
99	4	4	4	4	4	4	24

Responden	Variabel Harga (X2)						Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	4	4	4	4	4	25
2	5	4	4	4	4	4	25
3	5	4	4	3	4	3	23
4	5	4	5	5	5	4	28
5	3	3	3	4	3	4	20
6	3	3	4	5	3	3	21
7	4	3	4	4	5	4	24
8	5	5	5	4	5	4	28
9	3	3	3	3	3	2	17
10	4	5	4	4	4	4	25
11	5	4	3	4	5	4	25
12	5	2	4	4	5	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	1	5	4	4	5	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	3	4	4	23
17	4	2	4	4	4	4	22
18	4	2	4	3	4	5	22
19	4	2	3	4	4	4	21
20	4	2	4	4	4	4	22
21	4	5	4	4	4	3	24
22	4	2	4	4	4	4	22
23	4	3	4	4	4	4	23
24	4	1	3	4	4	4	20
25	5	2	4	4	5	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	3	4	4	5	4	24
28	5	4	5	5	5	4	28
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	3	4	3	4	3	21

32	5	2	3	4	5	3	22
33	4	2	4	4	4	4	22
34	4	2	3	4	4	4	21
35	4	3	4	4	4	4	23
36	4	3	3	4	4	4	22
37	4	3	4	4	4	4	23
38	4	2	4	4	4	4	22
39	4	2	4	4	4	4	22
40	4	4	4	3	4	4	23
41	4	3	4	4	4	4	23
42	4	2	4	3	4	3	20
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	3	3	4	5	4	24
45	4	2	2	2	4	2	16
46	5	3	5	4	5	4	26
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	3	4	4	4	23
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	4	3	4	3	4	21
51	4	4	5	4	4	1	22
52	5	4	5	4	5	4	27
53	4	4	5	4	4	4	25
54	5	4	5	1	5	4	24
55	4	3	4	5	4	4	24
56	5	3	3	4	5	4	24
57	5	3	4	4	4	4	24
58	4	4	4	3	4	3	22
59	5	3	4	4	5	4	25
60	5	2	4	4	5	4	24
61	4	2	4	4	4	4	22
62	5	3	4	4	5	4	25
63	5	3	4	4	5	4	25
64	5	3	3	3	5	3	22

65	2	1	2	2	2	3	12
66	5	3	4	4	5	4	25
67	4	4	4	4	4	5	25
68	4	3	4	5	4	3	23
69	4	2	3	4	4	4	21
70	5	3	5	4	5	4	26
71	4	2	4	3	4	4	21
72	4	3	4	4	4	4	23
73	5	3	4	4	5	3	24
74	5	3	4	4	5	4	25
75	5	3	4	4	4	4	24
76	4	3	4	3	4	5	23
77	5	3	4	4	5	4	25
78	5	3	3	4	5	4	24
79	4	3	4	4	4	4	23
80	4	4	4	4	4	4	24
81	3	3	3	4	3	4	20
82	4	4	4	4	4	3	23
83	4	4	5	5	4	4	26
84	4	2	4	3	4	3	20
85	4	3	4	4	4	5	24
86	4	2	4	3	4	4	21
87	4	3	4	4	4	4	23
88	5	4	5	4	5	4	27
89	4	4	5	4	4	4	25
90	5	4	5	4	5	5	28
91	5	3	4	4	4	4	24
92	5	3	3	4	3	4	22
93	5	3	4	4	4	3	23
94	5	3	5	5	4	4	26
95	3	3	4	3	4	4	21
96	3	3	4	4	4	3	21
97	4	3	4	3	4	4	22

98	1	4	4	4	5	4	22
99	4	4	4	4	4	4	24

Responden	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)						Jumlah
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	4	4	4	4	5	4	25
2	4	4	5	4	4	4	25
3	3	4	2	4	4	4	21
4	5	5	3	5	5	5	28
5	4	3	3	3	3	2	18
6	5	3	3	3	4	2	20
7	4	5	2	5	4	5	25
8	4	5	5	5	5	5	29
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	5	4	4	4	25
11	4	5	4	4	3	4	24
12	4	5	3	3	5	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	1	4	5	4	22
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	4	4	4	4	4	23
17	4	4	4	3	5	4	24
18	3	4	2	4	4	4	21
19	4	4	2	4	3	4	21
20	4	4	4	4	5	4	25
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	3	3	4	4	22
23	4	4	3	4	4	4	23
24	4	4	5	4	4	4	25
25	4	5	3	4	4	3	23
26	4	4	4	3	4	4	23
27	4	5	2	5	4	5	25
28	5	5	4	4	5	4	27
29	4	4	4	3	4	4	23
30	4	4	4	4	4	2	22
31	3	4	2	4	4	4	21

32	4	5	2	4	3	4	22
33	4	4	2	3	4	3	20
34	4	4	4	4	4	3	23
35	4	4	3	3	4	4	22
36	4	4	3	4	3	4	22
37	4	4	3	4	4	4	23
38	4	4	2	3	4	4	21
39	4	4	2	5	4	4	23
40	3	4	2	4	3	4	20
41	4	4	3	3	4	4	22
42	3	4	2	4	4	3	20
43	4	4	4	3	4	3	22
44	4	5	4	4	5	4	26
45	2	4	2	2	2	3	15
46	4	5	3	4	5	4	25
47	4	4	4	4	4	3	23
48	4	4	4	4	3	3	22
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	3	4	2	3	4	20
51	4	4	4	4	5	4	25
52	4	5	3	4	4	3	23
53	4	4	4	3	5	4	24
54	1	5	3	3	3	3	18
55	5	4	3	4	4	4	24
56	4	5	3	3	3	3	21
57	4	4	2	3	4	4	21
58	3	4	4	3	4	4	22
59	4	5	3	4	4	4	24
60	4	5	2	5	4	5	25
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	5	3	4	4	4	24
63	4	5	3	5	4	5	26
64	3	5	3	3	3	5	22

65	2	2	1	2	2	2	11
66	4	5	4	4	5	4	26
67	4	4	4	3	4	3	22
68	5	4	3	4	4	4	24
69	4	4	2	3	3	4	20
70	4	5	3	3	5	4	24
71	3	4	2	4	4	4	21
72	4	4	3	4	4	4	23
73	4	5	3	4	4	4	24
74	4	5	3	4	4	4	24
75	4	4	3	4	4	4	23
76	3	4	2	5	4	4	22
77	4	5	3	4	4	4	24
78	4	5	3	4	3	4	23
79	4	4	3	3	4	4	22
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	3	3	3	3	3	19
82	4	4	4	5	4	5	26
83	5	4	4	5	5	4	27
84	3	4	2	4	4	4	21
85	4	4	4	3	5	4	24
86	3	4	2	5	4	4	22
87	4	4	3	4	4	4	23
88	4	5	4	4	5	4	26
89	4	4	3	3	4	4	22
90	4	5	4	4	5	4	26
91	4	3	3	5	5	4	24
92	3	4	2	5	4	3	21
93	5	5	4	4	4	5	27
94	4	3	4	4	4	4	23
95	4	3	4	5	5	4	25
96	4	4	5	3	3	5	24
97	4	4	3	4	4	4	23

98	4	1	4	4	4	1	18
99	4	4	4	4	4	4	24

DOKUMENTASI DENGAN PERWAKILAN PT. ALS KOTANOPAN

MANDAILING NATAL







Pengisian angket penelitian oleh Saudari Irma Novita Sari dengan jumlah Penggunaan jasa lebih dari tiga kali penggunaan jasa pada PT. ALS Kotanopan.



Pengisian angket penelitian oleh Ibu Miftahul Jannah Nasution dengan jumlah penggunaan jasa dua kali pada PT. ALS Kotanopan.



Pengisian angket penelitian oleh Saudari Endang putriani dengan jumlah penggunaan jasa 1 kali pada PT. ALS Kotanopan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2657 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/10/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

28 Oktober 2022

Yth. Bapak;

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. Azwar Hamid | : Pembimbing I |
| 2. M. Fauzan | : Pembimbing II |

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama	: Yustika Manora
NIM	: 1940200244
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 4191/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023
Hal : Mohon Izin Riset

26 Juli 2023

Yth. Direksi PT. ALS Kotanopan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Yustika Manora
NIM : 1940200244
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PT. Antar Lintas Sumatera (ALS)
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 62 Kec. Kotanopan, Kabupaten
Mandailing Natal, Sumatera Utara 22994

Kotanopan, 23 Agustus 2023

Nomor : / /2023
Sifat : Biasa
Lamp : -
Hal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-

Sehubungan dengan surat dari Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan nomor 4191/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023 pada prinsipnya kami menyetujui pelaksanaan riset dan memberikan izin kepada:

Nama : YUSTIKA MANORA
NIM : 1940200244
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
Judul Riset : Pekaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

Benar kami izinkan untuk mengadakan riset di PT. ALS Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal izin riset ini diberikan kepada yang bersangkutan dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Demikian surat riset ini kami sampaikan untuk digunakan semestinya.

Kotanopan, 23 Agustus 2023
Perwakilan PT. ALS Kotanopan



IMRAN BAKRI DAULAY



PT. Antar Lintas Sumatera (ALS)
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 62 Kec. Kotanopan, Kabupaten
Mandailing Natal, Sumatera Utara 22994

Kotanopan, 23 Agustus 2023

Nomor : / /2023
Sifat : Biasa
Lamp : -
Hal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-

Sehubungan dengan surat dari Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan nomor 4191/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023 pada prinsipnya kami menyetujui pelaksanaan riset dan memberikan izin kepada:

Nama : YUSTIKA MANORA
NIM : 1940200244
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
Judul Riset : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

Benar kami izinkan untuk mengadakan riset di PT. ALS Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal izin riset ini diberikan kepada yang bersangkutan dalam rangka penyusunan skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Demikian surat riset ini kami sampaikan untuk digunakan semestinya.

Kotanopan, 23 Agustus 2023

Kotakan PT. ALS Kotanopan



IMRAN BAKRI DAULAY



PT. Antar Lintas Sumatera (ALS)
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 62 Kec. Kotanopan, Kabupaten
Mandailing Natal, Sumatera Utara 22994

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : IMRAN BAKRI DAULAY
Jabatan : Perwakilan PT. ALS Kotanopan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : YUSTIKA MANORA
NIM : 1940200244
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
Judul Riset : Pegaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal.

Nama diatas benar telah selesai melaksanakan riset di PT. ALS Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal dengan judul **“Pegaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Angkutan PT. ALS Kotanopan Mandailing Natal”** dengan hasil yang baik dan benar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Kotanopan, 23 Agustus 2023

Perwakilan PT. ALS Kotanopan



IMRAN BAKRI DAULAY