

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN CV.
MANDIRI TAXI PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**NURAINUN HARAHAHAP
NIM. 20 40200102**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN CV.
MANDIRI TAXI PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**NURAINUN HARAHAAP
NIM. 20 40200102**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN CV.
MANDIRI TAXI PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**NURAINUN HARAHAHAP
NIM. 20 40200102**

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Muhammad Isa'.

Muhammad Isa, MM
NIDN. 2005068002

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rizki Pratiwi Harahap'.

Rizki Pratiwi Harahap, MM
NIDN. 2019088804

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Hal : Lampiran Skripsi
An. **Nurainun Harahap**
lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 31 Oktober 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
di-

Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **Nurainun Harahap** yang berjudul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Layanan CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

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

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I



Muhammad Isa, MM
NIDN. 2005068002

Pembimbing II



Rizki Pratiwi Harahap, MM
NIDN. 2019088804

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Nurainun Harahap
NIM : 204020010
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada
Layanan CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 4 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 Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 31 Oktober 2024

Saya Yang Menyatakan,



Nurainun Harahap
NIM. 204020010

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nurainun Harahap
NIM : 2040200102
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan”**. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addarry Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada Tanggal : 31 Oktober 2024
Saya yang Menyatakan,



Nurainun Harahap
NIM: 2040200102



**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

Website: www.uinsyahada.co.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Nurainun Harahap
NIM : 20 402 00102
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
**Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen
Pada Layanan CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan**

Ketua

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

Sekretaris

Muhammad Isa, M.M
NIDN. 2005068002

Anggota

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

Muhammad Isa, M.M
NIDN. 2005068002

Nofinawati, M.A
NIDN. 2016118202

Adananan Murron Nasution, M.A
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin/ 23 Desember 2024
Pukul : 14.30 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 77,75 (B)



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, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022
Website: www.uinsyahada.co.id

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi**
Kepuasan Konsumen Pada Layanan CV.
Mandiri Taxi Padangsidempuan
Nama : **Nurainun Harahap**
NIM : **20 402 00102**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3.39**
Predikat : **Sangat Memuaskan**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 10 Januari 2025
Dekan,


Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nurainun Harahap
NIM : 20 402 00102
Judul Skripsi : Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Layanan CV.Mandiri Taxi Padangsidimpuan

Perusahaan CV. Mandiri Taxi adalah salah satu Jasa Transportasi Darat yang populer, khususnya untuk masyarakat Sumatera Utara. Dengan memberikan pelayanan transportasi dengan rute antar kota Padangsidimpuan, Medan, Balige, Tarutung, Sipirok, Panyabungan, dan Sibolga yang dikelola oleh CV. Mandiri Taxi. Hadirnya CV. Mandiri Taxi yang merupakan salah satu dari banyaknya transportasi yang ada pada lintasan Padangsidimpuan, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi fakto-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV.Mandiri Taxi Padangsidimpuan. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dan berfungsi untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung dilakukan dilapangan atau pada responden untuk mendapatkan informasi melalui wawancara atau kuisioner. Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini Kuesioner, Dokumentasi, Uji Instrumen dalam dalam penelitian ini adalah Validitas dan Reliabilitas. Penelitian ini dianalisis dengan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 26 untuk membuktikan hubungan kausal antar variabel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. kelengkapan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Implikasi penelitian ini adalah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, harga yang ditawarkan dan kelengkapan fasilitas transportasi. Maka dari itu CV.Mandiri Taxi Padangsidimpuan hendaknya meningkatkan empati, *reability* karyawannya dan perlengkapan fasilitas CV.Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Transportasi

ABSTRACT

Name : Nurainun Harahap
Student ID : 20 402 00102
Thesis Title : Factors Affecting Customer Satisfaction in Services of CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan

CV. Mandiri Taxi company is one of the popular land transportation services, especially for the people of North Sumatra. It provides transportation services on routes between cities such as Padangsidimpuan, Medan, Balige, Tarutung, Sipirok, Panyabungan, and Sibolga, which are managed by CV. Mandiri Taxi. The presence of CV. Mandiri Taxi, which is one of the many transportation options on the Padangsidimpuan route, is expected to meet the needs of the community and provide satisfaction to customers. This study aims to identify the factors that affect customer satisfaction. The population in this study consists of customers of CV. Mandiri Taxi in Padangsidimpuan. The method used in this study is a quantitative approach based on positivism philosophy and aims to study a specific population or sample by collecting data using research instruments. This study is a field research, where the research is conducted directly in the field or with respondents to gather information through interviews or questionnaires. The data collection instruments in this study include questionnaires, documentation, and testing of the research instruments such as validity and reliability. The data in this study were analyzed using multiple linear regression with SPSS 26 to test the causal relationships between the research variables. The results of this study show that the service quality variable has a significant impact on customer satisfaction. Price does not have a significant effect on customer satisfaction. Facility completeness has a significant impact on customer satisfaction. The results of this study indicate that service quality, price, and facility completeness all have a significant effect on customer satisfaction. The implication of this study is that by paying attention to service quality, offered prices, and transportation facilities, CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan should improve the empathy, reliability of its employees, and the facilities provided by the company.

Keywords: Consumer Satisfaction, Service Quality, and Transportation

الملخص

الاسم : نوريون هارهاب
الرقم : ٢٠٤٠٢٠٠١٠٢
العنوان : العوامل التي تؤثر على رضا العملاء في خدمات سي.في. ماندييري تاكسي في بادانغسيديمن

تقدم خدمات .تعتبر شركة سي.في. ماندييري تاكسي من أبرز شركات النقل البري، خاصةً لمجتمع سوماترا الشمالية النقل عبر مسارات بين المدن مثل بادانغسيديمن، ميدان، بالجي، تاروتونغ، سيبروك، بانيا بونغان، وسيبولغا، التي يُتوقع من سي.في. ماندييري تاكسي، التي تعد واحدة من العديد من وسائل النقل التي تديرها سي.في. ماندييري تاكسي تستهدف هذه الدراسة معرفة العوامل التي تخدم مسار بادانغسيديمن، أن تلبي احتياجات المجتمع وتقدم رضا للعملاء تؤثر على رضا العملاء. تكون مجموعة البحث في هذه الدراسة هي عملاء سي.في. ماندييري تاكسي في بادانغسيديمن. استخدمت الدراسة المنهج الكمي المستند إلى فلسفة التوجه الإيجابي، الذي يهدف إلى دراسة المجموعة السكانية أو العينة نوع الدراسة هو دراسة ميدانية حيث يتم إجراء البحث مباشرةً. المحددة من خلال جمع البيانات باستخدام أدوات البحث في الميدان أو مع المشاركين للحصول على معلومات من خلال المقابلات أو الاستبيانات. أدوات جمع البيانات في هذه تم تحليل هذه الدراسة باستخدام. الدراسة تشمل الاستبيانات، التوثيق، واختبار الأدوات مثل الصلاحية و الموثوقية الانحدار الخطي المتعدد عبر برنامج لإثبات العلاقة السببية بين المتغيرات المدروسة. أظهرت نتائج الدراسة أن المتغير جودة الخدمة ليس له تأثير كبير على رضا العملاء. أما السعر فقد كان له تأثير كبير على رضا العملاء. كما كان لـ تُظهر الدراسة أن المتغيرات جودة الخدمة، السعر، و توافر المرافق تؤثر. توافر المرافق تأثير كبير على رضا العملاء تتمثل نتائج هذه الدراسة في ضرورة الانتباه إلى جودة الخدمة، و الأسعار المعروضة، بشكل كبير على رضا العملاء و توافر المرافق في خدمات النقل. لذلك، ينبغي على سي.في. ماندييري تاكسي في بادانغسيديمن أن تحسن من تعاطف و موثوقية موظفيها، وكذلك من مرافق الشركة.

الكلمات المفتاحية: رضا المستهلك وجودة الخدمة والنقل

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr. wb.

Segala puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan karunianya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Skripsi ini diajukan dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan”. Peneliti menyadari bahwa sesungguhnya dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bimbingan dan nasehat serta pengarahan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu dengan segenap kerendahan hati peneliti menerima masukan baik saran maupun kritik demi sempurnanya skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yakni kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan., serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil

Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Irkwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Muhammad Isa, ST.,M.M. selaku Pembimbing I saya serta bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam seluruh civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Ibu Rizki Pratiwi Harahap M.M selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarah, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
6. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ibunda tercinta Asmarani Pohan dan ayahanda Shopan Shopian Harahap serta kakak tercinta Agustina Eka Marianti Harahap yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang sangat banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah peneliti, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
7. Terimakasih peneliti ucapkan untuk sahabat, teman, abang, saudara, tim dan rekan seperjuangan peneliti serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuan penuh yang sangat berarti dalam proses penyelesaian skripsi sampai selesai.
8. Dan yang terakhir terimakasih kepada sang peneliti skripsi yaitu diri saya sendiri, Nurainun Harahap. Karena telah berusaha dan mau berproses dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah *SubhanahuWaTa'ala*, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari

sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 31 Oktober 2024

Peneliti,

Nurainun Harahap
Nim. 2040200102

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 Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	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. Vocal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ي...ا	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...و...و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat 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 sistem 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah 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.

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

F. Hamjah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

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, nama diri 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.

I. Tajwuid

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

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PENYUSUNAN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
خلاصة	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSILITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Perumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian.....	12
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	14
1. Kepuasan konsumen.....	14
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
b. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen	15
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	17
d. Indikator Kepuasan Konsumen	19
e. Kepuasan Konsumen dalam perspektif islam.....	19
2. Kualitas Pelayanan	22
a. Pengertian Pelayanan.....	22
b. Dalil tentang Pelayanan	23
c. Landasan Hukum Pelayanan	25
d. Indikator Pelayanan	26
3. Harga	27
a. Pengertian Harga	27
b. Strategi Penetapan Harga	28
c. Indikator Harga.....	29
d. Pandangan Islam tentang Harga	29
4. Kelengkapan Fasilitas	30
a. Pengertian Fasilitas.....	30
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas	31

c. Fasilitas dalam Perspektif Islam	31
d. Indikator Fasilitas	33
B. Kajian/ Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Fikir	39
D. Hipotesis	40
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	42
a. Populasi	42
b. Sampel	43
D. Instrument dan Teknik Penelitian Data	44
a. Dokumentasi	44
b. Kuesioner/ angket	45
E. Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen	46
a. Uji Validasi	46
b. Uji Reliabilitas	47
F. Teknik Analisis Data	48
a. Statistik Deskriptif	48
b. Uji Normalitas	48
c. Uji Linieritas	49
d. Asumsi Klasik	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
a. Profil CV. Mandiri Taxi	54
b. Visi dan Misi CV. Mandiri Taxi	55
B. Deskripsi Data Penelitian	55
C. Analisis Data	56
a. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
b. Statistik Deskriptif	60
c. Uji Normalitas	61
d. Uji Linieritas	61
e. Asumsi Klasik	63
f. Analisis Regresi Linear Berganda	65
g. Hasil uji hipotesis	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
E. Keterbatasan Penelitian	74
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	76
B. Implikasi Hasil Penelitian	77
C. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Rute dan Harga Tiket CV.Mandiri Taxi	6
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Tiket CV.Mandiri Taxi	7
Tabel 1.3 Defenisi Operasinal Varibel	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III.1 Penelitian Skor	45
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket Penelitian.....	45
Tabel IV.1 Hasil Uji validitas Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel IV.2 Hasil Uji validitas Harga.....	57
Tabel IV.3 Hasil Uji validitas kelengkapan Fasilitas	57
Tabel IV.4 Hasil Uji validitas Kepuasan konsumen	58
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel IV.6 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	60
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel IV.8 Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan	62
Tabel IV.9 Hasil Uji Linieritas Harga.....	62
Tabel IV.10 Hasil Uji Kelengkapan Fasilitas	63
Tabel IV.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel IV.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel IV.14 Hasil Analisis Koefisien Determiasi	68
Tabel IV.15 Hasil Uji T.....	69
Tabel IV.16 Hasil Uji F	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Pikir	39
--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I** Angket Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan
Konsumen pada Layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan
- Lampiran II** Surat Validasi Angket
- Lampiran III** Lembar Validasi Angket kepuasan konsumen
- Lampiran IV** Lembar Validasi Angket kualitas Pelayanan
- Lampiran V** Lembar Validasi Angket Harga
- Lampiran VI** Lembar Validasi Angket kelengkapan Fasilitas
- Lampiran VII** Angket Penelitian
- Lampiran VIII** Hasil Uji SPSS
- Lampiran IX** Hasil Kuisioner Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Fasilitas
dan Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi dapat dikatakan sebagai sebuah kebutuhan turunan karena transportasi timbul disebabkan adanya maksud dan tujuan yang ingin dicapai melalui transportasi. Transportasi sudah dikenal sejak dulu, meskipun masih sederhana dengan menggunakan gerobak barang yang ditarik oleh hewan. Seiring dengan kemajuan teknologi, transportasi berkembang sangat pesat. Sebagai akibat adanya kebutuhan transportasi, maka menimbulkan tuntutan untuk menyediakan sarana transportasi agar perjalanan tersebut bisa berlangsung dengan kondisi aman, nyaman, lancar, serta ekonomis dari segi waktu dan biaya. Secara umum definisi transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin.¹

Transportasi sangat penting dalam menunjang aktifitas masyarakat dan turut menentukan perkembangan suatu wilayah. Dengan adanya moda transportasi, tentu akan menunjang kelancaran distribusi barang dan jasa akan menjadi semakin mudah. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan adanya transportasi, departemen perhubungan menyediakan berbagai macam fasilitas dan jasa transportasi baik jalur darat, jalur laut, maupun jalur udara.

¹ Diah, Made . Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Armada Perum Damri Denpasar terhadap Kualitas Pelayanan. *Tugas Akhir*. Atmajaya Jogjakarta .(2019).

Perusahaan jasa transportasi adalah suatu unit kegiatan ekonomi yang terletak pada suatu tempat tertentu yang menyediakan jasa angkutan penumpang, dan atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat angkutan bermotor ataupun tidak bermotor melalui darat, perairan maupun udara dengan mendapat balas jasa. Perusahaan jasa merupakan salah satu bentuk perusahaan yang berusaha untuk menciptakan kepuasan konsumen, oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan harus tanggap akan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan konsumen diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi.²

Menurut Brown dalam tulisan Maulana kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.³ Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk memenuhi harapan konsumen. Engel, Blackwell dan Miniard dalam tulisan Leliana juga mendefinisikan kepuasan konsumen yaitu evaluasi konsumsi yang dipilih

² Euis, S. *Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi untuk Meningkatkan Loyalitas*. JM Translog. 2018.

³ Maulana. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Jurnal Ekonomi Vol.7.2018.

sebagai alternatif ketika produk atau jasa setidaknya memenuhi atau melebihi harapan konsumen.⁴

Kotler dan Keller dalam tulisan Leliana mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Kepuasan konsumen juga merupakan persepsi individu terhadap performansi suatu produk atau jasa dikaitkan dengan harapan konsumen tersebut.⁵ Ada beberapa sarana transportasi yang diizinkan beroperasi oleh Pemerintah Kota Padangsidempuan pada saat ini, antara lain angkot, truk, bus, becak, taxi dan lain sebagainya, masing-masing jenis alat transportasi mempunyai fungsi yang sama tetapi mempunyai perbedaan pada karakteristiknya.⁶

Perusahaan CV. Mandiri Taxi adalah salah satu Jasa Transportasi Darat yang populer, khususnya untuk masyarakat Sumatera Utara. Dengan memberikan pelayanan transportasi dengan rute antar kota Padangsidempuan, Medan, Balige, Tarutung, Sipirok, Panyabungan, dan Sibolga yang dikelola oleh CV. Mandiri Taxi. Letak Kantor Pusatnya saat ini berada di Jln. Sisingamangaraja No.187, Sitamiang, kec. Padangsidempuan Selatan. Kota Padangsidempuan.

⁴ Leliana, A. *Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Angkutan Umum Stasiun Madium*. Imposium XXI FSTPT 2018 Universitas Briwijaya.

⁵ Ibid hlm.33

⁶ Amalia dan Asmara. *Pengaruh Ctra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.6, No.1. 2018.

Pemasaran jasa tidak akan terlepas dari konsumen, untuk meningkatkan pelayanan maka perusahaan juga harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik kalau tidak ingin ditinggalkan konsumen, tidak terlepas juga adalah pemasaran jasa transportasi taxi. Melihat *demand* dan *supply*, apakah industri transportasi taxi tampak *feasible* atau tidak? Ini bisa dijawab kalau mereka memilih pelayanan yang *surpassing* (mengungguli).⁷

Perusahaan Taxi Mandiri harus berhasil membidik persepsi konsumen untuk loyal. Dalam industri transportasi taxi yang utama adalah *front liner*, yaitu pengemudi dan operator telepon, selain juga ditunjang peran pendukung yang ada, jiwa pengemudi yang sopan dan tidak ugal-ugalan, maka diperlukan suatu jaminan ketenangan yang diberikan perusahaan. CV. Mandiri Taxi harus menyadari bahwa kunci sukses melakukan bisnis dibidang jasa transportasi adalah pelayanan yang baik maka perusahaan harus menghargai keberadaan konsumen, di samping itu perusahaan memperhatikan faktor kenyamanan yang menunjang kecepatan, kelancaran perjalanan dan tarif yang memadai.

Penentuan harga juga merupakan salah satu dari faktor keputusan yang paling penting yang dihadapi perusahaan, selain juga merupakan hal yang sulit karena terdapat berbagai faktor yang harus dikaji ulang dalam mempertimbangkan penentuan dan penetapan harga. Penetapan harga harus mempertimbangkan penentuan faktor- faktor lain yaitu: pesaing, pelayanan, laba, dan rugi seandainya harga ditentukan pada tingkat tertentu.

⁷ Fassa, Ferdinand. dkk .(2020). *Analisa Tingkat Kepuasan Penumpang terhadap Kinerja Pelayanan Shuttle Bus di Kota Mandiri*. Seminar Sains Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Jaya, Jakarta.

Inovasi selalu ingin menempatkan posisi jasanya sebagai jasa yang selalu dibutuhkan konsumen, namun konsumen yang menentukan jasa mana yang terbaik. Konsumen terkadang memiliki kebiasaan yaitu membandingkan jasa yang satu dengan jasa yang lainnya yang bisa memberikan kepuasan tertinggi. Dalam penentuan tersebut maka jasa transportasi mana yang memiliki tarif, kenyamanan dan kepuasan tertinggi maka itulah yang akan dibidik para konsumen⁸.

Hadirnya CV. Mandiri Taxi yang merupakan salah satu dari banyaknya transportasi yang ada di Kota Padangsidempuan, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Fandy Tjiptono dalam tulisan Wulansari tujuan dasar dari sebuah bisnis ialah untuk menciptakan kepuasan pelanggan.⁹ Seiring berkembangnya zaman CV. Mandiri Taxi kini juga sudah melakukan inovasi dalam bidang fasilitas, seperti menggunakan dua jenis mobil transportasi yaitu, mobil L300 dan mobil Hiace, menyediakan selimut serta air mineral untuk konsumen yang menggunakan transportasi Taxi Mandiri dan itu yang menjadi pembeda fasilitas yang dimiliki Taxi Mandiri dengan taxi lain yang berada di Kota Padangsidempuan.

Adapun yang menjadi faktor- faktor kepuasan konsumen yang dipertimbangkan peneliti, yaitu kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas. Pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu jasa. Hasil wawancara dengan konsumen Mandiri Taxi yang selalu memperhatikan pelayanan dari suatu jasa diketahui, alasan ibu

⁸ Wulansari, DN. *Analisis Pemilihan Moda Angkutan Penumpang Menuju Bandara. Ejournal Kajian Teknik Sipil*. Universitas 17 Agustus 2018 Jakarta.

⁹ Ibid, hlm.16

Asmarani melihat kualitas pelayanan terlebih dahulu, karena kualitas pelayanan menjamin kenyamanan konsumen saat menggunakan transportasi umum tersebut.¹⁰

Ada juga yang tidak selalu melihat kualitas pelayanan sebelum menggunakan suatu jasa diketahui, alasan saudari Marianti tidak melihat kualitas pelayanan, karena ia sudah memercayai kualitas pelayanan CV.Mandiri Taxi sehingga ia memprioritaskan harga dari tiket transportasi tersebut.¹¹ Jadi, konsumen juga tentu memiliki pendapat yang berbeda-beda dalam menggunakan suatu jasa transportasi umum.

Harga yang ditetapkan oleh Mandiri Taxi cukup beragam yang tergantung dari tujuan rute yang berbeda. Adapun daftar rute yang di tawarkan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan berdasarkan hasil observasi peneliti yaitu sebagai berikut:

Tabel I.1
Daftar Rute dan Harga Tiket CV. Mandiri Taxi

No	Rute Mandiri Taxi	Daftar Harga Tiket	
		Hiace	L.300
1	P.Sidimpuan - Medan	Rp. 200.000/Orang	Rp. 180.000/Orang
2	P.Sidimpuan – Balige	RP. 160.000/Orang	Rp. 140.000/Orang
3	P.Sidimpuan - Tarutung	Rp. 120.000/Orang	Rp. 100.000/Orang
4	P.Sidimpuan - Sibolga	Rp. 75.000/Orang	Rp. 50.000/Orang
5	P.Sidimpuan - Panyabungan	Rp. 70.000/Orang	Rp. 50.000/Orang
6	P.Sidimpuan - sipirok	Rp. 40.000/Orang	Rp. 20.000/Orang

Sumber: daftar rute CV. Mandiri Taxi, 5 mei 2024

Hasil wawancara dengan konsumen Mandiri Taxi yang selalu melihat harga terlebih sebelum menggunakan suatu jasa, diketahui alasan saudari Rahmadani menjadikan harga sebagai pertimbangan sebelum menggunakan jasa, karena untuk

¹⁰Asmarani, konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, wawancara (Padangsidimpuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).

¹¹ Marianti , konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, wawancara (Padangsidimpuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15WIB).

memastikan harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuannya atau tidak.¹² Akan tetapi, ada juga yang tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan dalam menggunakan suatu jasa, diketahui alasan saudara Fauzi tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan dalam menggunakan jasa transportasi, karena menurutnya harga yang ditawarkan oleh Mandiri Taxi sesuai dengan kualitas pelayanan dan kenyamanan yang ia rasakan saat menggunakan transportasi Mandiri Taxi.¹³

Tabel I. 2
Jumlah Pengguna CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan
2017-2023

NO	Tahun	Jumlah Pengguna Pertahun
1	2017	1.500 Pengguna
2	2018	1.400 Pengguna
3	2019	1.100 Pengguna
4	2020	1.020 Pengguna
5	2021	1.243 Pengguna
6	2022	1.133 Pengguna
7	2023	960 Pengguna

Sumber: Hasil wawancara awal dengan direksi CV. Mandiri Taxi

Dari tabel I.2 pengguna Taxi Mandiri yang terus mengalami penurunan setiap tahunnya karena kepuasan konsumen yang terus menurun, fenomena masalah yang sudah peneliti jelaskan terkait kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas yang menjadi faktor menurunnya kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan. Oleh karena itu peneliti merasa perlu menganalisis kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

¹²Rahmadani , konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).

¹³ Fauzi, konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Layanan CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Beberapa dari konsumen CV. Mandiri Taxi yang merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan di CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.
2. Beberapa konsumen merasa harga tiket di CV. Mandiri Taxi terlalu mahal.
3. Beberapa konsumen dari CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan merasa kurang puas dengan kelengkapan fasilitasnya.
4. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas pada penelitian terdahulu.

C. Batasan Masalah

Tujuan dari batasan masalah adalah untuk mempermudah pembahasan serta memberikan batasan yang jelas dari permasalahan yang ada. Dari identifikasi masalah tersebut, yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini hanya pada variable independen yaitu: kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas dan variabel dependen yaitu: kepuasan konsumen.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan membaca defenisi operasional dalam suatu penelitian,

maka seorang peneliti akan mengetahui pengukuran suatu variabel, sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut.¹⁴ Variabel penelitian terdiri dua jenis variabel, yaitu variabel dependen (variabel yang bergantung dengan variabel lainnya) dan variabel independen (variabel yang tidak memiliki ketergantungan terhadap variabel lainnya). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen terhadap CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah pelayanan, harga, fasilitas. Operasional variabel biasanya terdiri dari definisi konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang digunakan. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel I.3
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Artinya objek yang dilayani adalah individu, pribadi-pribadi dan sekelompok organisasi. ¹⁵ Sementara itu, pelayanan dalam penelitian ini adalah cara melayani konsumen di loket Taxi Mandiri tersebut.	1. Empati 2. Daya tanggap 3. <i>Reability</i> (keandalan)	Ordinal

¹⁴ Sandu siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi penelitian* (Karanganyar Literasi Media Publisng, 2019), hlm. 16.

¹⁵ Aprilya, V. 2019. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.Co Cabang Padang*. Jurnal Manajemen. Vol 2:1. No. 1-9.

Harga (X2)	Harga menurut Kotler dan Amstrong adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.¹⁶ Sementara itu, tarif/harga dalam penelitian ini adalah jumlah yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan nilai yang telah ditetapkan Loret Taxi Mandiri.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan fasilitas 3. Daya saing harga	Ordinal
Kelengkapan Fasilitas (X3)	Menurut Tjiptono F. “Fasilitas merupakan kelengkapan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen.”¹⁷ Sementara itu, kelengkapan fasilitas dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang disediakan oleh Loret Taxi Mandiri untuk dipakai dan dipergunakan oleh konsumen Taxi Mandiri tersebut.	1. kelayakan. 2. Perlengkapan/peralatan 3. Unsur pendukung	Ordinal
Kepuasan konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi	1. Kesesuaian dan ketidak sesuaian harapan konsumen dengan kinerja perusahaan 2. Minat berkunjung kembali	Ordinal

¹⁶Andriani, Ratna. 2019, “*Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pada Butik Marcella Muslim Galery, Nagasari-Karawang*”. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang.

¹⁷ Lukman, Sampara. 2020. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. STIA LAN Press. Jakarta.

	melalui jasa atau produk yang dikonsumsi.¹⁸ Sementara itu, kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah kesesuaian harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas Taxi Mandiri.	3. Kesiapan merekomendasikan.	
--	---	--------------------------------------	--

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan?
2. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan ?
3. Apakah terdapat pengaruh kelengkapan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan?

¹⁸ Alma, Buchari. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

G. Mamfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk membangun ilmu pengetahuan dan menambah wawasan dalam bidang bisnis maupun aplikasi lainnya dalam kegiatan sehari-hari.

2. Bagi UIN Syahada Padangsidimpuan

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak UIN Syahada Padangsidimpuan guna untuk bahan acuan dan referensi bagi peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian pada masa yang akan datang dan menjadi dasar pedoman bacaan bagi penelitian-penelitian yang lebih lanjut.

3. Bagi CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh pelayanan, tarif (harga), fasilitas terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat menjadi acuan dalam menentukan strategi yang akan diambil untuk mengembangkan usahanya.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan atau bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis atau yang lebih luas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. LANDASAN TEORI

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Brown dalam tulisan Rindu, dkk menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa,¹⁹ sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk memenuhi harapan konsumen. Engel, Blackwell dan Miniard dalam tulisan Rindu, dkk juga mendefinisikan kepuasan konsumen yaitu evaluasi konsumsi yang dipilih sebagai alternatif ketika produk atau jasa setidaknya memenuhi atau melebihi harapan konsumen.²⁰

Kotler dan Keller dalam tulisan Rindu, dkk mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa

¹⁹ Dewi Nadia Rindu dan Hidayat Rahmat, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam*, Jurnal Akuntansi : Vol 3. No 1. 2019.

²⁰ Ibid hlm. 17

kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Kepuasan konsumen juga merupakan persepsi individu terhadap performansi suatu produk atau jasa dikaitkan dengan harapan konsumen tersebut.²¹

Kotler dalam tulisan Ahmad menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, pelanggan akan puas.²² Artinya, konsumen akan membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk atau jasa yang sudah dinilai positif oleh konsumen.

b. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Kotler dalam tulisan Ahmad menyatakan bahwa terdapat tiga aspek kepuasan konsumen yaitu : Loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama.²³

1) Loyal terhadap produk

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal.

Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan

²¹ Ibid hlm. 18

²² Mardhalis Ahmad, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, (Balai Pustaka:2019), hlm

²³ Ibid hlm. 76

mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif.²⁴ Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

Menurut Supranto dalam tulisan Arianto dan Albani ada lima aspek kepuasan konsumen yaitu:²⁵

- a) Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
- b) Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
- c) Keberadaan pelayanan (*availability of service*)

²⁴ Utami Sulistyanningrum, “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express”, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), hal 11-13.

²⁵ Arianto dan Albani. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro Exchance*. Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma.

d) *Profesionalisme*

e) Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all statisfaction with service*)

Sabarguna dalam tulisan Sumarna menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu :²⁶

a) Aspek kenyamanan yaitu meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.

b) Aspek hubungan konsumen dengan karyawan yaitu meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani kosumen.

c) Aspek kompetensi teknis petugas yaitu meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.

d) Aspek biaya yaitu meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Zeithaml dan Bitner dalam tulisan Kaihatu. Dkk mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:²⁷

²⁶Sumarna Nana. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Moda Transportasi Kereta Api Lokal (Studi Kasus Pada Pengguna Kereta Api di Stasiun Cikampek). *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang.

²⁷ Kaihatu. Dkk (2019). *Manajemen Komplain*. CV. Andi Offest: Yogyakarta.

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat bergantung pada kualitas jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu, keandalan (*reliability*), responsif (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), berwujud (*tangibles*), dan empati (*empathy*).²⁸

2) harga

Pembeli biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu jasa. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas produk atau jasa. Maka konsumen cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

3) Kelengkapan Fasilitas

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran yang memiliki peran cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung.²⁹

²⁸ Sabariah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT PLN(Persero)Rayon Samarinda Ulu*, (E-Journal Ilmu Administrasi Negara/Volume 3/Nomor 3/ Tahun 2021).

²⁹ Supranto. (2019). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

Pembeli biasanya memandang fasilitas sebagai indikator dari kualitas suatu jasa. Maka konsumen cenderung berasumsi bahwa fasilitas yang lebih lengkap mewakili kualitas yang lebih tinggi.

d. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menjadi salah satu acuan apakah konsumen telah tertarik terhadap suatu jasa yang ditawarkan perusahaan. Adapun yang menjadi indikator dalam kepuasan konsumen yaitu:³⁰

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau keetidak sesuai antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

e. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam

³⁰ Diah, Made .(2020). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Armada Perum Damri Denpasar terhadap Kualitas Pelayanan*. Tugas Akhir. Atmajaya Jogjakarta.

pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.³¹

Menurut pendapat Qardhawi dalam tulisan Nugroho dan Dwi Mulyono sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:³²

1) Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW dalam buku Abbas J. Ali, yang artinya: "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).³³

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam

³¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2021), hal 101.

³² Nugroho dan Dwi Mulyono. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal OE Vol 7, No 2 Juli 2020.

³³ Abbas J. Ali, (2017). *Perspektif Islam Tentang Manajemen dan Organisasi*. Penerbit: Eddwar Elgar. Inggris.

berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3) Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits *muttafaq'ālah* dari Hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya.³⁴ Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu. Didalam Al Quran Surah Āli'Imrān ayat 159 disebutkan bahwa:

³⁴ Muhammad Yusuf Musa, *falsafat al-Ahklaq fi al-Islam*, (kairo: Dar al-A'raf, 2021).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَظْهَرْ لَّكَ فَاغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(Q.S. *Āli’Imrān* : 159).³⁵

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian pelayanan

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/anggota.³⁶ Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau, jasa yang mereka butuhkan. Ada beberapa pendapat mengenai pengertian pelayanan, Kotler mendefinisikan pelayanan (jasa) sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

³⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Bandung : Syahmil Qur'an, 2012), Hlm. 45

³⁶ Ratmianto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta : Pustaka Pelajar, 2020), h. 6.

Menurut Tjiptono dalam tulisan Ratmianto dan Atik menyatakan bahwa pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan untuk memberi kepuasan kepada pelanggan.³⁷ Pelayanan adalah sebuah produk yang ditawarkan dan disampaikan kepada pelanggan yang membutuhkan secara luas mencakup baik yang kelihatan (*tangibles*) maupun yang tidak kelihatan (*intangibles*).³⁸

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelanggan itu sendiri. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang.

b. Dalil tentang pelayanan

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah^h ayat 267, yang menyatakan bahwa:

³⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 12 Jilid. 2, (Jakarta : Indeks, 2019), h.42.

³⁸ Fandy Tjiptono, *Kepuasan Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2019), hlm.6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

(“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”). (QS. Al-Baqarah: 267).³⁹

Bagaimana seorang pelayan publik bisa memberi pelayanan terhadap masyarakat sepenuh hati sesuai standar yang telah ditentukan, sebagai pelayan publik harus mempunyai iman yang kuat, bagaimana pelayan publik harus mempunyai jiwa yang adil, jujur, akuntabel, transparan semua itu kunci dari keberhasilan pelayanan agar Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) terpenuhi.⁴⁰

Dari ayat diatas sangatlah berhubungan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu dalam hal pelayanan publik jadi dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu

³⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya* , (Bandung : Syahmil Qur'an, 2012), Hlm. 45

⁴⁰ Assauri. 2023. *Manajemen Pemasaran Jasa*, jilid1. PT Gramedia. Jakarta.

berupa barang atau jasa memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

c. Landasan hukum pelayanan

Adapun yang menjadi landasan hukum pelayanan yaitu, sebagai berikut:

1) Undang-undang

- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik
- Undang-Undang Nomor 43 tahun 2009 tentang Kearsipan

2) Peraturan Pemerintah

- Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 96 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan.

d. Indikator pelayanan

1) Empati

Empati adalah kemampuan untuk memahami apa yang dirasakan orang lain, melihat sesuatu dari sudut pandang orang lain, dan juga membayangkan diri sendiri berada di posisi orang tersebut.

41

2) Daya tanggap

Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu masyarakat untuk memecahkan masalah yang dihadapinya yang diukur berdasarkan indikator : respon yang cepat, penyampaian informasi yang jelas dan bersedia membantu masyarakat, pelayanan tepat waktu, merespon permintaan masyarakat.

3) *Reability*

Reability adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Menurut Tjiptono dalam tulisan keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.⁴² Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang

⁴¹ Anggraeni, ddk. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan (survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB, 2019) Vol.37, No.1.

⁴² Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. 2020. *Service, Quality, and Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal disepakati.

3. Harga

a. Pengertian harga

Definisi harga menurut Kotler dan Amstrong dalam tulisan Jantra adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.⁴³ Lovelock dalam tulisan Ratminto berpendapat bahwa harga merupakan mekanisme financial di mana pendapatan dihasilkan untuk mengimbangi biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan layanan serta menciptakan surplus untuk laba.⁴⁴

Harga menurut Tjiptono dalam tulisan Nugroho dan Dwi Mulyono secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.⁴⁵

Dari beberapa penelitian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah yang dibayarkan untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh suatu layanan tertentu.

⁴³ Prawira Jantra. 2019. *Pelayanan Sektor Publik*. BP. FE-Unhas. Makassar..

⁴⁴ Ratminto. 2020. *Manajemen Pelayanan. Pustaka Pelajar*. Yogyakarta

⁴⁵ Nugroho dan Dwi Mulyono. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal OE Vol 7, No 2 Juli 2019.

b. Strategi Penetapan harga

Dalam menetapkan harga suatu produk menurut Kotler Gary Armstrong dalam tulisan Riska dan Yunita perusahaan akan menyesuaikan harga dasar dengan memperhitungkan berbagai perbedaan pelanggan dan perubahan situasi. Berikut adalah beberapa strategi penyesuaian harga, yakni :⁴⁶

1) Penetapan harga tersegmentasi

Dalam hal ini perusahaan sengaja menyesuaikan harga sesuai segmentasi-segmentasi tertentu, seperti perbedaan pelanggan, waktu produk dan lokasi.

2) Penetapan harga Psikologis

Harga merupakan cerminan dari suatu produk. Disini, penjual memainkan psikologi harga, bukan berdasarkan ekonomisnya. Misalnya, Konsumen biasanya menganggap produk yang harganya lebih tinggi memiliki kualitas yang lebih tinggi.

3) Penetapan harga Promosi

Masa promosi merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen, karena pada masa ini perusahaan akan memberikan harga produk dibawah harga resmi yang telah ditetapkan.

⁴⁶ Riska Maulani Dan Yunita Fitri W, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus Pamella Empat Supermarket), Jurnal Vol. 26 No. 2, 2018

4) Penetapan harga Dinamis

Secara historis, Penetapan harga yang ditetapkan dengan cara bernegosiasi antara pembeli dan penjual.

c. Indikator harga

Adapun yang menjadi indikator harga yaitu sebagai berikut:⁴⁷

1) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga pada dasarnya merupakan harga yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan untuk konsumen.

2) Kesesuaian harga dengan fasilitas

Kesesuaian harga dengan fasilitas pada dasarnya harga yang telah ditentukan atau ditetapkan dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

3) Daya saing harga

Daya saing harga pada dasarnya menjadi suatu kemampuan perusahaan dalam mengelola jasa serta fasilitas yang lebih lengkap sehingga dapat menarik konsumen.

d. Pandangan Islam Tentang Harga

Penetapan harga menjadi bagian paling penting untuk diperhatikan, kerana harga menjadi salah satu penyebab laku atau tidaknya jasa yang ditawarkan. Hadist yang berkaitan dalam hal penetapan harga dijelaskan dalam hadist Abu Daud, yang artinya:

⁴⁷ Supranto. 2021. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.

“Telah menceritakan kepada kami Ustman bin Abu Syaibah, telah menceritakan kepada kami Hammad bin Maslamah, telah mengabarkan kepada kami Tsabit dari Anas, orang-orang berkata:” wahai Rasulullah, harga mulai mahal, maka tetapkanlah harga untuk kami! Maka beliau berkata : sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menggenggam dan yang menghamparkan, dan pemberi rezeki. Dan sesungguhnya aku harap berjumpa dengan Allah sementara tidak ada seseorang pun dari kalian yang menuntutku karena suatu kezaliman dalam hal darah dan harta”. (HR. Abu Daud dan Ibnu Majah)

48

Hadist tersebut dapat diartikan bahwa, Nabi menganjurkan ummatnya untuk memanfaatkan mekanisme pasar dalam penyelesaian masalah ekonomi dan menghindari sistem penetapan harga (*ta'sir*) oleh orientasi negara kalau tidak terlalu diperlukan. Di dalam Islam, orientasi negara dilarang mencampuri, memaksa orang lain menjual barang atau jasa pada tingkat harga yang tidak mereka ridhoi. Islam menganjurkan agar harga diserahkan pada mekanisme pasar sesuai kekuatan permintaan dan penawaran. Pemerintah tidak boleh memihak pembeli dengan mematok harga yang lebih rendah atau memihak penjual dengan mematok harga tinggi.

4. Kelengkapan Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono F. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen.⁴⁹ Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu

⁴⁸ Imam Abu Daud.(2020). *Shahih Sunan Abu Daud: Seleksi Hadist Shahih dari Kitab Sunan Abu Daud*. Penerbit Pustaka Azzam. Jakarta.

⁴⁹ Tjiptono.. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta, 2021.

fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktivitas perusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa, antara lain:

- 1) Desain fasilitas.
- 2) Nilai Fungsi
- 3) Estetika
- 4) Kondisi pendukung
- 5) Peralatan penunjang

Beberapa pendapat pada dasarnya memiliki pengertian yang sama.

c. Fasilitas dalam perspektif Islam

Transaksi ekonomi dalam penelitian ini termasuk sewa-menyewa fasilitas perusahaan. Dalam konsep Islam akad sewa-menyewa disebut dengan akad ijarah, Ijarah adalah perjanjian sewa-menyewa dengan biaya yang sudah ditetapkan. Dalam konteks akad ijarah, prinsip bahwa

siapa pun yang beriman dan beramal saleh akan mendapatkan pahala dari Allah bisa diartikan bahwa transaksi yang dilakukan dalam akad ijarah harus dilakukan dengan itikad baik, tanpa penipuan, dan adil bagi kedua belah pihak. Ini sejalan dengan prinsip kejujuran dalam transaksi yang sesuai dengan ajaran Islam, di mana semua pihak, meskipun berbeda latar belakang, harus diperlakukan dengan adil.⁵⁰ Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam QS. Al- Baqarah^h ayat 62 yaitu:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هَادُوا وَالنَّصَارَى وَالصَّبِئِينَ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَعَمِلَ صَالِحًا فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ
عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٦٢﴾

“Sesungguhnya orang-orang mukmin, orang-orang Yahudi, orang-orang Nasrani dan orang-orang Shabiin, siapa saja diantara mereka yang benar-benar beriman kepada Allah, hari kemudian dan beramal saleh, mereka akan menerima pahala dari Tuhan mereka, tidak ada kekhawatiran kepada mereka, dan tidak (pula) mereka bersedih hati.”(QS. Al- Baqarah^h: 62).⁵¹

Secara langsung, Al- Baqarah^h 62 dan ijarah tidak saling berhubungan secara teknis, karena ayat ini berbicara lebih kepada prinsip dasar keimanan dan amal saleh yang dihargai oleh Allah, sementara Ijarah adalah salah satu bentuk transaksi ekonomi dalam Islam. Namun, ada keterkaitan dalam hal keadilan dan kepatuhan terhadap prinsip moral dalam transaksi. Dalam konteks ijarah, seperti halnya dalam ayat ini,

⁵⁰ Moenir, 2021. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. PT Bumi Aksara. Jakarta.

⁵¹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya Surat At Takasur Ayat 1-5*, (Bandung : Syahmil Qur'an, 2012), Hlm. 45

setiap transaksi yang dilakukan harus didasari oleh niat yang baik, keadilan, dan kesepakatan yang jelas untuk memenuhi tujuan amal saleh sesuai dengan syariat Islam.⁵²

d. Indikator fasilitas

Ada beberapa indikator fasilitas yaitu sebagai berikut :⁵³

1) Kelayakan

Kelayakan merupakan masih layak atau tidaknya fasilitas yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan oleh konsumen.

2) Perlengkapan

Perlengkapan atau *supplies* adalah berbagai barang yang dimiliki perusahaan yang memiliki sifat habis pakai, atau bisa digunakan berkali-kali.

3) Unsur pendukung

Unsur pendukung merupakan yang dapat membantu serta menunjang kelengkapan suatu fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan.

B. Kajian/Peneliti Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, ada beberapa penelitian yang telah dirujuk dengan tema yang sama. Adapun penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

⁵² Ibid hlm.80

⁵³ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. PT Bumi Aksara. Jakarta, 2021.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Setyo (2017)	Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Best Autowork	Bahwa variabel kualitas produk (x_1) dan harga (x_2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen "Best Autoworks" Variabel kualitas produk (x_1) berpengaruh secara parsial namun harga (x_2) tidak berpengaruh. ⁵⁴
2.	Arianto dan Albani (2018)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro.	Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 4,397 sedangkan besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 2,891. ⁵⁵
3.	Sukmawati (2018)	Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Café operasi mahasiswa Universitas Yogyakarta.	Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 0,011. Harga Berpengaruh secara signifikan sebesar 0,000 dan kualitas pelayan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Sebesar 0,000. ⁵⁶

⁵⁴ Setyo.(2017) *Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Best Autowork*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 1. No. 3

⁵⁵ Arianto dan Albani. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 6.

⁵⁶ Sukmawati. (2018). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Garden Café operasi mahasiswa Universitas Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi. Vol. 2. No. 2

4.	Kristanto dan Adwijaya (2018)	Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Leko.	Bahwa kualitas Makanan, harga dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelayanan dan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas di Warung Leko Surabaya adalah Pengalaman pelanggan. ⁵⁷
5.	Tangguh W, dkk (2018)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Go-Ride.	bahwa citra merek (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Kualitas Layanan (X2) secara parsial memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Harga (X3) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). ⁵⁸
6.	Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane S.Rumokoy (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado	Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen. ⁵⁹

⁵⁷ Kristanto dan Adwijaya. (2018). *Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Leko*. Jurnal Ekonomi. Vol. 3. No. 3

⁵⁸ Tangguh W. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Go-Ride*.

⁵⁹ Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane S.Rumokoy. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado*

7.	Shary Shartykarini, Riza Firdaus, dan Rusniati (2016)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Café Di Banjarbaru)	Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. ⁶⁰
8.	Muhammad Isa (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar “Potensi”. Panyabungan.	variabel kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh sebesar 66,3 % terhadap variabel kepuasan siswa (Y) sedangkan sisanya 33,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. ⁶¹
9.	Muhammad Isa, H Aswadi Lubis dan Marlina Chaniago (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyebrangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga.	Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang di PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga. Kontribusi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 62,4% dan 37,6% dijelaskan oleh variabel lain. Persamaan regresinya adalah $\text{Kepuasan Penumpang} =$

⁶⁰ Shary Shartykarini, Riza Firdaus, dan Rusniati. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Café Di Banjarbaru)*

⁶¹ Muhammad Isa. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar “Potensi”. Panyabungan*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam. Vol. 5. No. 1. 2019.

			3,514 + 1,176 (Kualitas Pelayanan). ⁶²
10.	Eka Pebrina Siregar, Muhammad Isa dan Rini Hayati (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kelengkapan Produk, Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swalayan BUMDES Padang Garugur Jae Kabupaten Padang Lawas.	Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. ⁶³

Adapun yang menjadi perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Perbedaan penelitian Setyo dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian. penelitian Setyo dilakukan di Kota Surabaya, sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Padangsidimpuan. Selain itu objek penelitian Setyo bergerak dibidang otomotif dan aksesoris mobil, Sedangkan objek penelitian ini bergerak dibidang transportasi umum.
- b. Perbedaan penelitian Arianto dan Albani dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya. Penelitian Arianto dan Albani objek yang diteliti adalah brand smartphone Samsung Store Mall Bintaro, sedangkan penelitian ini menggunakan objek CV. Mandiri Taxi yang bergerak dibidang transportasi.
- c. Perbedaan penelitian Sukmawati dengan penelitian ini terletak pada variabelnya. Penelitian Sukmawati variabelnya yaitu kualitas produk,

⁶² Muhammad Isa, H Aswadi Lubis, Marlina Chaniago. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyebrangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga*. Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah. Vol. 2. No. 2. (2019).

⁶³ Eka Pebrina Siregar, Muhammad Isa dan Rini Hayati. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Kelengkapan Produk, Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swalayan BUMDES Padang Garugur Jae Kabupaten Padang Lawas*. Jurnal Islamic Bussines. Vol. 1. No. 2. (2022).

harga dan pelayanan, sedangkan penelitian ini variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas.

- d. Perbedaan penelitian Kristanto dan Adwijaya dengan penelitian ini terletak pada teknik analisis datanya. Penelitian Kristanto dan Adwijaya teknik analisis datanya menggunakan program Eviews. Statistik, sedangkan penelitian ini menggunakan program IBM SPSS.
- e. Perbedaan penelitian Tangguh W, dkk dengan penelitian ini terletak pada pembahasannya. Penelitian Tangguh W, dkk Membahas variabel yang berbeda yaitu citra merek, sedangkan penelitian ini membahas variabel pelayanan dan fasilitas.
- f. Perbedaan penelitian Brigitte Tombeng, Ferdy Roring, dan Farlane S.Rumokoy dengan penelitian ini terletak pada temanya yaitu penelitian ini meneliti Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan sedangkan penelitian terdahulu meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado.
- g. Perbedaan penelitian Shary Shartykarini, Riza Firdaus, dan Rusniati dengan penelitian ini adalah variabel Y penelitian ini adalah kepuasan konsumen sementara variabel Y penelitian terdahulu adalah loyalitas pelanggan.
- h. Perbedaan penelitian Muhammad Isa dengan penelitian ini terletak pada tujuan penelitiannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja

yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa belajar di LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR “POTENSI”.

- i. Perbedaan penelitian Muhammad Isa, H Aswadi Lubis dan Marlina Chaniago dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya. penelitian ini meneliti di bidang transportasi darat, sedangkan peneliti terdahulu meneliti dibidang perairan.
- j. Perbedaan penelitian Eka Pebrina Siregar, Muhammad Isa dan Rini Hayati dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya. Subjek penelitian ini meneliti pada konsumen C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, sedangkan penelitian terdahulu subjek penelitiannya meneliti pada pelanggan di Swalayan BUMDES Padang Garugur Jae Kabupaten Padang Lawas.

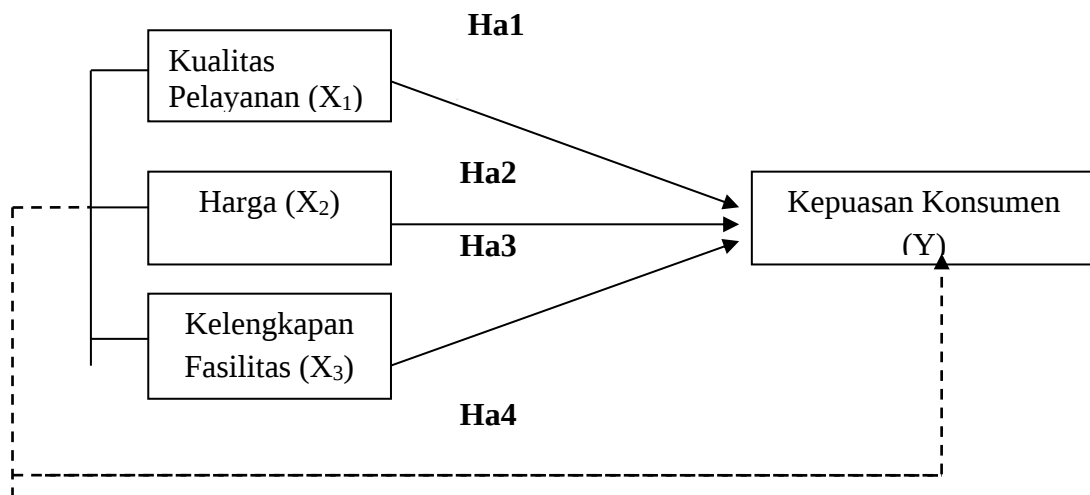
C. Kerangka pikir/ konsep

Kerangka pikir merupakan bagian dari penelitian yang menggambarkan alur pikir peneliti, dalam memberikan penjelasan kepada orang lain, mengapa peneliti mempunyai anggapan seperti yang diuraikan dalam hipotesis. Kerangka pikir berfungsi untuk tempat peneliti memberikan penjelasan tentang hal-hal yang berhubungan dengan variabel pokok, sub variabel pokok atau pokok masalah yang ada dalam penelitian berdasarkan teori yang ada.⁶⁴

⁶⁴ Tedi Priatna, *prosedur penelitian pendidikan* (Bandung : CV. Insan Mandiri, 2019).

Secara sistematis kerangka pikir dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti digambarkan sebagai berikut:

Gambar II. 1 Kerangka Pikir



Keterangan :

- : pengaruh masing-masing variabel X secara parsial terhadap variabel Y
- : pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

D. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi, pemikiran atau dugaan sementara mengenai suatu permasalahan yang harus dibuktikan kebenarannya dengan menggunakan data dan fakta atau informasi yang diperoleh dari hasil penelitian yang valid dan reliabel. Menurut Sedarmayanti hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.⁶⁵

⁶⁵Ibid, hlm.89

Berdasarkan hasil pengamatan atas permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini, maka penelitian ini dapat menyimpulkan hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Ha₁ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV.

Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Ha₂ : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi

Padangsidimpuan.

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri

Taxi Padangsidimpuan.

Ha₃ : Terdapat pengaruh kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen

CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Ho₃ : Tidak terdapat pengaruh kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan

konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Ha₄ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas secara

simultan terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi

Padangsidimpuan.

Ho₄ : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas

secara simultan terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi

Padangsidimpuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi penelitian pada CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan yang berada di Jl. Sisingamangaraja No. 187, Sitamiang, Kec. Padangsidimpuan Selatan, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara 22733, Indonesia. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2024 sampai dengan Desember 2024.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (*score*, nilai) atau pertanyaan-pertanyaan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik.⁶⁶

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas, ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁶⁷ Berdasarkan pengertian tersebut populasi dalam

⁶⁶ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, kualitatif dan Mixed Method)* (Kuningan: Hidayatul Quran, 2019), hlm. 16.

⁶⁷ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif, Kualitatif, R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung. (2013)

penelitian ini yaitu tercatat di loket CV.Mandiri Taxi Padangsidimpuan terdapat 104.000 konsumen yang pernah menggunakan transportasi dari CV.Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

2. Sampel

Sampel adalah termasuk bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar maka penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, jadi sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) untuk dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁶⁸ Strata yang dimaksud dalam penelitian ini berupa berapa usia dan jenis kelamin sampel yang ada di CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan.

Penentuan jumlah sampel didasarkan atas teori menurut Roscoe memberikan *rule of thumb* mengenai ukuran sampel adalah sebagai berikut⁶⁹:

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk semua riset

⁶⁸ Muslich Ansori. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2* (Airlangga Universitas Press 2020) hlm.110.

⁶⁹ Ibid hlm. 91.

- b. Kalau populasi dibagi menjadi sampel, maka minimum berjumlah 30 untuk tiap kategori.
- c. Pada studi multivariate, sampel harus beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel dalam studi (misalnya 10 x jumlah variabel).
- d. Untuk riset eksperimen dengan kontrol ketat, ukuran cukup besar 10-20.

Adapun jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus *rule of thumb*, yaitu 10 kali lebih besar daripada variabel yang akan diteliti.⁷⁰

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 10×4 (variabel) = 40 responden dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang pernah menggunakan transportasi umum dari Taxi Mandiri adalah sebanyak 40 responden.

D. Instrument dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun yang menjadi instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencari data atau informasi melalui media cetak maupun media elektronik. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai teknik pengumpul data pelengkap.⁷¹

⁷⁰Ibid, hlm.111.

⁷¹ Tedi Priatna, *prosedur penelitian pendidikan* (Bandung : CV. Insan Mandiri, 2019).

2. Kuesioner / Angket

Kuesioner / angket adalah pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner / angket terdiri dari beberapa komponen yaitu: petunjuk pengisian, bagian identitas responden (nama, alamat, jenis kelamin, pekerjaan, umur, dan lain-lain) dan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis.⁷²

Dalam penelitian ini, kuesioner / angket yang dibuat dan ditujukan kepada seluruh konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan yang sudah pernah menggunakan transportasi tersebut. Kusioner / angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu tentang kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan. Adapun skor yang ditetapkan untuk pertanyaan pada kusioner / angket pada penelitian ini adalah:

Table III. 1 Penetapan Skor

Kategori Jawaban	Skor	
	Pernyataan (+)	Pernyataan (-)
Sangat setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang setuju (KS)	3	3
Tidak setuju (TS)	2	4
Sangat tidak setuju (STS)	1	5

⁷²Ibid, hlm. 84

Tabel III.2 Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Kualitas Pelayanan (X1)	1. Empati 2. Daya tanggap 3. <i>Reability</i>	1, 2, 3, 4,5, 6, 7, 8, 9,10
Harga (X2)	1. Kejangkauan tarif 2. Kesesuaian harga dengan fasilitas 3. Daya saing harga	1, 2, 3, 4,5, 6, 7, 8, 9,10
Kelengkapan Fasilitas(X3)	1. Kelayakan 2. Perlengkapan/perabotan 3. Unsur pendukung	1, 2, 3, 4,5, 6, 7, 8, 9,10
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kesesuain dan ketidak sesuaian harapan konsumen dengan kinerja perusahaan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan.	1, 2, 3, 4,5, 6, 7, 8, 9,10

Selanjutnya hasil angket yang sudah disusun di uji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan / pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Dalam uji validitas, pertanyaan / pernyataan diukur dengan menghubungkan jumlah / total dari masing-masing pertanyaan /

pernyataan dengan jumlah / total keseluruhan tanggapan pertanyaan / pernyataan yang digunakan dalam variabel.⁷³

Adapun kriteria pengujian uji validitas, yaitu sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid / tidak valid.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan / pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan tingkat taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5; 0,6 hingga 0,7 tergantung kebutuhan penelitian.⁷⁴

Adapun yang menjadi kriteria pengujian, yaitu sebagai berikut:

- a) Jika nilai *cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrument dikatakan reliabel.
- b) Jika nilai *cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrument dikatakan tidak reliabel.

⁷³ Budi Darma, *Statistik Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linear, Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)* (Guepedia, 2021), hlm. 7.

⁷⁴ Budi Darma, 2018, *Statistik Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linear, Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)*, hlm. 17.

F. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono dalam tulisan Syafrida Hafni Sahir, teknik analisis deskriptif merupakan salah satu metode dalam menganalisis data dengan menggambarkan data yang sudah dikumpulkan yang berlaku untuk umum. Dalam teknik ini dapat diketahui nilai variabel bebas dan terikatnya. Teknik analisis ini akan memberikan gambaran awal pada setiap variabel dalam penelitian. Gambaran tersebut dapat dilihat dari setiap variabelnya, dengan nilai mean, maksimum, minimum, dan standar deviasi.⁷⁵

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data penelitian baik variabel dependen maupun variabel independen terdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistic berjenis parametrik. Sedangkan jika data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistic non parametrik.⁷⁶

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 26. Pengujian normalitas dengan SPSS dapat dilakukan dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* dengan membandingkan frekuensi

⁷⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), hlm. 38.

⁷⁶ Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan Kreasi Group, 2022), hlm. 25.

kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif empirik. Hipotesis yang dapat diambil yaitu dengan melihat nilai signifikansinya dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai Asym sig 2 tailed $> 0,10$; maka data terdistribusi dengan normal.
- b) Jika nilai Asym sig 2 tailed $< 0,10$; maka data tidak terdistribusi dengan normal.⁷⁷

3. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linieritas data, apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linier. Pengujian pada SPSS menggunakan *Test for linieritas* pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier apabila signifikansi (*linierity*) $< 0,10$.⁷⁸

4. Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji mutikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini menyebabkan

⁷⁷Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan Kreasi Group, 2022), hlm. 26.

⁷⁸Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*(Purwosari: Wade Group, 2016), hlm. 94.

tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut menyebabkan standar eror besar. Untuk menentukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dengan *variance inflation factor* (VIF) dengan ketentuan:

- 1) H_0 : H_0 diterima jika nilai $R_{\text{Square}} = \text{VIF} > 10.00$, maka terjadi multikolinearitas.
- 2) H_1 : H_1 diterima jika nilai $R_{\text{Square}} = \text{VIF} < 10.00$, maka tidak terjadi multikolinearitas.⁷⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi masalah heteroskedastisitas salah satunya menggunakan uji *white* dengan membandingkan probabilitas dengan tingkat signifikan 10%. Jika probabilitas pada masing-masing variabel $< 0,10$ maka terdapat kesamaan varian atau terjadi heteroskedastisitas antara nilai-nilai variabel independen dengan variabel itu sendiri. Begitu juga sebaliknya jika nilai probabilitas

⁷⁹ Resista Vikaliana, dkk., *Ragam Penelitian dengan SPSS* (Tahta Media Group, 2022), hlm. 16.

masing-masing variabel itu $> 0,10$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁰

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk melihat variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan ataupun penurunan. Untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Persamaan analisis regresi berganda dapat dirumuskan, yaitu sebagai berikut:⁸¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan :

Y : variabel dependen (kepuasan konsumen).

a : konstanta

b_1 : koefisien regresi variabel X_1

X_1 : kualitas pelayanan

b_2 : koefisien regresi variabel X_2

X_2 : harga

⁸⁰ Resista Vikaliana, dkk., Ragam Penelitian dengan SPSS (Tahta Media Group, 2022), hlm.23.

⁸¹ Danny Wibowo, dkk., *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Jawa Tengah: CV.Pena Persada, 2021), hlm. 32.

b_3 : koefisien regresi variabel X_3

X_3 : kelengkapan fasilitas

b_n : koefisien regresi variabel X_n

X_n : variabel bebas ke-n

e : *standard error*

d. Uji Hipotesis

1) Koefisien determinasi *Adjusted* (R^2)

Koefisien determinasi merupakan perangkat yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi juga diartikan sebagai ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok atau sesuai dengan datanya. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Apabila nilai R^2 kecil dan jauh dari 1 artinya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat bebas.⁸²

2) Uji t (parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini dilihat dengan perbandingan antara nilai probabilitas dengan taraf signifikan 0,10. Penelitian ini menggunakan nilai probabilitas yang akan

⁸² Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*(Jakarta: Bumi Aksara, 2021), hlm. 91.

dibandingkan dengan taraf signifikan 0,10, dengan ketentuan, yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh variabel terikat dengan variabel bebas

H_1 : Terdapat pengaruh variabel terikat dengan variabel bebas

a) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya H_0 diterima, H_1 ditolak.

b) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_0 ditolak, H_1 diterima.

3) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan nilai dari F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} maka hipotesis dapat ditetapkan. Nilai signifikan yang digunakan yaitu 0,10. Adapun ketentuan dari uji F, yaitu: ⁸³

a) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya H_0 diterima, H_1 ditolak.

b) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya H_0 ditolak, H_1 diterima.

⁸³ Syarifuddin dan Ibnu Al Suadi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* (Palangkaraya : Bobby Digital Center, 2022), hlm.78.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil CV. Mandiri Taxi

CV. Mandiri Taxi didirikan pada tahun 2005 oleh Saruddin Harahap. moto CV. Mandiri Taxi yaitu “Cepat dan Nyaman Sampai Tujuan”. CV. Mandiri Taxi terletak di Jalan Sisingamangaraja No.187, Sitamiang, Kec. Padangsidempuan Selatan, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22733, Indonesia. CV. Mandiri Taxi adalah salah satu jasa transportasi darat yang populer, khususnya untuk masyarakat Sumatera Utara. Pelayanan transportasi dengan rute antar kota Padangsidempuan, Medan, Balige, Tarutung, Sibolga, Sipirok, dan Panyabungan yang dikelola oleh CV. Mandiri Taxi. Hadirnya CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen saat menggunakan transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan.

CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan menyediakan transportasi berupa mobil Hiace dan L.300. Perbedaan antara kedua transportasi ini adalah dari segi ukuran mobil Hiace lebih luas dan lebih besar dibanding mobil L.300 tidak hanya dari segi ukuran tapi dari fasilitas juga mobil Hiace menyediakan selimut dan juga AC sedangkan mobil L.300 tidak, dari segi harga juga tentunya berbeda mobil Hiace sedikit lebih mahal dibanding mobil L.300. Harga yang ditawarkan oleh CV. Mandiri Taxi

Padangsidimpuan bervariasi tergantung dari rute tujuan konsumen. CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan sangat memperhatikan kepuasan konsumennya melalui beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas.

2. Visi dan Misi CV. Mandiri Taxi

a. Visi

Menjadi perusahaan transportasi yang mampu bertahan dan mengedepankan kualitas serta pelayanan untuk memastikan kepuasan dan keselamatan penumpang.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pelayanan bagi pengguna jasa transportasi
- 2) Memprioritaskan kenyamanan penumpang
- 3) Memprioritaskan keselamatan dan kepuasan penumpang
- 4) Mewujudkan perjalanan yang aman dan tepat waktu.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. analisis deskriptif kuantitatif adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis data numerik secara sistematis dan rinci. Tujuan dari analisis deskriptif kuantitatif adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik atau pola data melalui ukuran statistik, seperti ukuran pemusatan (rata-rata, median, modus), ukuran penyebaran (rentang, varians, simpangan baku), dan distribusi frekuensi. Dengan menggunakan analisis

ini, kita dapat memahami data lebih baik tanpa membuat inferensi atau kesimpulan yang lebih luas dari data tersebut.⁸⁴

Pada penelitian ini data diperoleh dengan membagikan langsung kuisioner kepada responden.

C. Analisa Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah item kuesioner yang digunakan valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 40 orang dengan 10 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X1), 10 pernyataan untuk variabel harga (X2), 10 pernyataan untuk variabel kelengkapan fasilitas (X3) dan 10 pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (Y).

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari *correlation* item total yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0.565	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (40-2) = 38 pada taraf signifikan 10% sehingga $r_{tabel} = 0.1680$	Valid
2	0.673		Valid
3	0.469		Valid
4	0.432		Valid
5	0.430		Valid
6	0.624		Valid
7	0.474		Valid
8	0.457		Valid

⁸⁴ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), hlm. 38.

9	0.538		Valid
10	0.539		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid sedangkan hasil uji validitas untuk variabel harga sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0.565	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (40-2) = 38 pada taraf signifikan 10% sehingga r_{tabel} = 0.1680	Valid
2	0.673		Valid
3	0.469		Valid
4	0.432		Valid
5	0.430		Valid
6	0.624		Valid
7	0.474		Valid
8	0.457		Valid
9	0.538		Valid
10	0.539		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel harga memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid sedangkan hasil uji validitas untuk variabel kelengkapan fasilitas sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Validitas Kelengkapan Fasilitas

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0.532	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0.365		Valid

3	0.441	dengan $df = n-2$ (40-2) = 38 pada taraf signifikan 10% sehingga r_{tabel} = 0.1680	Valid
4	0.444		Valid
5	0.506		Valid
6	0.375		Valid
7	0.423		Valid
8	0.494		Valid
9	0.305		Valid
10	0.267		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji validitas variabel kelengkapan fasilitas pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kelengkapan fasilitas memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kelengkapan fasilitas dinyatakan valid sedangkan hasil uji validitas untuk variabel kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0.333	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (40-2) = 38 pada taraf signifikan 10% sehingga r_{tabel} = 0.1680	Valid
2	0.443		Valid
3	0.430		Valid
4	0.930		Valid
5	0.477		Valid
6	0.352		Valid
7	0.235		Valid
8	0.270		Valid
9	0.273		Valid
10	0.613		Valid

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kepuasan konsumen memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Beriku hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi.

Tabel
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Kualitas pelayanan (X ₁)	0.718	Instrument reliable, jika <i>Cronbach's Alpha</i> > 0,6	Reliabel
Harga (X ₂)	0.720		Reliabel
Kelengkapan Fasilitas (X ₃)	0.761		Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0.732		Reliabel

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.5 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X₁) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $0.718 > 0,6$ sehingga Variabel kualitas pelayanan ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* untuk variabel harga (X₂) adalah $0.720 > 0,6$, sehingga dapat dinyatakan variabel harga adalah reliabel dan dapat diterima. *Cronbach's Alpha* untuk variabel kelengkapan fasilitas (X₃) adalah $0.761 > 0,6$, sehingga dapat dinyatakan variabel kelengkapan fasilitas adalah reliabel dan dapat diterima. *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepuasan konsumen (Y) adalah $0.732 > 0,6$, sehingga dapat dinyatakan variabel kepuasan konsumen adalah reliabel dan dapat diterima.

2. Statistik Deskriptif

Hasil uji analisis statistik deskriptif ini dapat dilakukan dengan cara mencari *minimum*, *maksimum* dan *standard deviation* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptif statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	40	33	50	42.12	4.304
Harga	40	33	50	42.12	4.304
Kelengkapan Fasilitas	40	37	49	40.90	3.136
Kepuasan konsumen	40	32	44	39.65	3.239
Valid N (listwise)	40				

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.6 menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai nilai terendah 33, nilai tertinggi 50 dan nilai rata-rata 42.12 serta nilai simpangan baku 4.304. variabel harga dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai nilai terendah 33, nilai tertinggi 50 dan nilai rata-rata 42.12 serta nilai simpangan baku 4.304. variabel kelengkapan fasilitas dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai nilai terendah 37, nilai tertinggi 49 dan nilai rata-rata 40.90 serta nilai simpangan baku 3.136. variabel kepuasan konsumen dengan jumlah data (N) sebanyak 40 mempunyai nilai terendah 32, nilai tertinggi 44 dan nilai rata-rata 39.65 serta nilai simpangan baku 3.239.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73178724
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.057
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors significance correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Dari tabel IV.7 tersebut dapat dilihat bahwa data menunjukkan bahwa pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil Uji Normalitas diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4. Uji Linieritas

Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui Linier data, apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji ini

digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi pearson atau regresi linier. Hasil Uji Linier dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel
Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan

			Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
kualitas pelayanan * kepuasan konsumen	Between Groups	(Combined)	347.111	11	31.556	2.354	.033
		Linearity	200.991	1	200.991	14.997	.001
		Deviation from Linearity	146.119	10	14.612	1.090	.402
	Within Groups		375.264	28	13.402		
	Total		722.375	40			

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel IV. 8 tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) ke variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar $0.402 > 0,10$ yang berarti memiliki hubungan linier. Sedangkan hasil uji linieritas untuk variabel harga sebagai berikut.

Tabel
Hasil Uji Linieritas Harga

			Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
kepuasan konsumen * harga	Between Groups	(Combined)	185.695	14	13.264	.937	.537
		Linearity	6.348	1	6.348	.448	.509
		Deviation from Linearity	179.347	13	13.796	.975	.501
	Within Groups		339.740	24	14.156		
	Total		525.436	38			

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel IV. 9 tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel harga (X_2) ke variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar $0.501 > 0,10$ yang berarti memiliki hubungan linier. Sedangkan hasil uji linieritas untuk variabel kelengkapan fasilitas sebagai berikut.

Tabel
Hasil Uji Linieritas Kelengkapan Fasilitas

			Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
kepuasan konsumen * kelengkapan fasilitas	Between Groups	(Combined)	205.969	14	14.712	1.105	.401
		Linearity	2.574	1	2.574	.193	.664
		Deviation from Linearity	203.396	13	15.646	1.175	.353
	Within Groups		319.467	24	13.311		
	Total		525.436	38			

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel IV.10 tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kelengkapan fasilitas (X_3) ke variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar $0.353 > 0,10$ yang berarti memiliki hubungan linier.

5. Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.996	8.024		4.112	.000		
	kualitas pelayanan	.186	.265	.214	.702	.488	.299	3.350
	harga	.194	.231	.227	.839	.407	.379	2.635
	kelengkapan fasilitas	-.225	.394	-.218	-.571	.572	.191	5.226
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen								

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji multikolenearitas pada tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah $0.299 > 0.10$, dan nilai *tolerance* untuk variabel harga (X_2) adalah $0.379 > 0.10$, serta nilai *tolerance* untuk variabel kelengkapan fasilitas (X_3) adalah $0.191 > 0.10$. sehingga dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel tersebut adalah > 0.10 .

Nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah $3.350 < 10$, nilai VIF dari variabel harga (X_2) adalah $2.635 < 10$, nilai VIF dari variabel kelengkapan fasilitas (X_3) adalah $5.226 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel tersebut adalah lebih kecil dari ($<$) 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedstisitas untuk variabel kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.869	5.512		1.791	.082
	Kualitas pelayanan	-.013	.182	-.022	-.073	.942
	Harga	.072	.159	.119	.453	.654
	Kelengkapan Fasilitas	-.242	.271	-.330	-.893	.378
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Berdasarkan uji heteroskedstisitas pada table IV.12 diatas diketahui nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1) 0.942 > 0.1, nilai signifikan variabel harga (X_2) 0.654 > 0.1, nilai signifikan variabel kelengkapan fasilitas (X_3) 0.378 > 0.1, Jadi dapat disimpulkan bahwa pada ketiga variabel tersebut tidak terjadi heteroskedstisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda atau analisis stasistika yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) serta kelengkapan fasilitas (X_3) terhadap variabel dependen (Y). Hasi uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.107	6.189		4.218	.000
	kualitas pelayanan	.357	.162	.359	1.753	.007
	harga	.137	.186	.132	.733	.468
	kelengkapan fasilitas	.461	.136	.612	3.394	.002
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.13, maka persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$\text{Kepuasan konsumen} = 26.107 + 0.357kp + 0.137h + 0.461kf + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta (a) adalah 26.107 menyatakan bahwa kemudahan dan kemanfaatan diasumsikan 0 maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi nilainya sebesar 26.107 satuan.
- b. Nilai Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi (b_1) yaitu 0.357 artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi. Koefisien bernilai positif antara

variabel kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi dengan kepuasan konsumen menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi.

- c. Nilai Koefisien regresi variabel harga (b_2) bernilai positif sebesar 0.137 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan variabel harga sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel harga dengan kepuasan konsumen menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi.
- d. Nilai Koefisien regresi variabel kelengkapan fasilitas (b_2) yaitu 0.461 artinya bahwa setiap peningkatan kelengkapan fasilitas sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi, dengan asumsi nilai variabel dianggap tetap Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kelengkapan fasilitas dengan kepuasan konsumen menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi.

7. Hasil uji hipotesis

a. Hasil Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinai (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi

oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel
Hasil analisis koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.250	2.805
a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas				
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen				

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada table IV.14 diperoleh nilai *R square* sebesar 0. 289 atau R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,289 atau (28,9%) artinya variabel kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas mampu menjelaskan variabel dependen atau kepuasan konsumen sebesar 28,9%. Sedangkan 71,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

a. Hasil Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.107	6.189		4.218	.000
	kualitas pelayanan	.357	.162	.359	1.753	.007
	harga	.137	.186	.132	.733	.468
	kelengkapan fasilitas	.461	.136	.612	3.394	.002
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Berdasarkan hasil uji signifikan parsial pada table IV.15 dapat dilihat bahwa nilai untuk t_{tabel} dicari dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = variabel independen, jadi $df = 40-3-1 = 36$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan 0,10) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,688.

Pada variabel kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi memiliki t_{hitung} sebesar 1.753 dengan t_{tabel} sebesar 1.68830, sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu ($1.753 > 1.68830$) maka H_1 diterima, H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Pada variabel harga C.V. Mandiri Taxi memiliki t_{hitung} sebesar 0.733 dengan t_{tabel} sebesar 1.68830, sehingga $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yaitu ($0.733 < 1.68830$) maka H_1 ditolak, H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh harga C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Pada variabel kelengkapan fasilitas C.V. Mandiri Taxsi memiliki t_{hitung} sebesar 3.394 dengan t_{tabel} sebesar 1.68830, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($3.394 > 1.68830$) H_1 diterima, H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh kelengkapan fasilitas C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Uji statistika F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen). Ketentuan dalam uji F ini adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya fitur kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Tabel
Hasil Uji Validitas F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.056	2	59.028	7.504	.000 ^b
	Residual	291.044	37	7.866		
	Total	409.100	40			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), kelengkapan fasilitas, harga, kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi.						

Sumber: hasil output SPSS versi 26, data olahan

Hasil uji F pada tabel IV.16 didapatkan dengan nilai *regression* df $1 = k - 1$ atau $3 - 1 = 2$ (k = jumlah variabel) dan residual df 2 adalah 37 (df 2 = $n - k - 1$) atau $40 - 3 - 1 = 36$ (n = jumlah

responden, $k =$ variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk f_{tabel} sebesar 1,68830. Hasil uji simultan (uji F) adalah nilai F_{hitung} sebesar 7.504 sedangkan f_{tabel} sebesar 0 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($7.504 > 1,68830$) maka H_1 diterima, H_0 ditolak.

Kemudian nilai signifikan sebesar 0.000 artinya nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0,1 maka kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan. Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan angket kepada konsumen C.V. Mandiri Taxi dan mengolah data hasil para responden dengan aplikasi SPSS versi 26. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), maka diperoleh hasil penelitian yaitu:

1. Pengaruh kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi memiliki t_{hitung} sebesar 1.753 dengan t_{tabel} sebesar 1.68830, sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu ($1.753 > 1.68830$) yang berarti bahwa terdapat

pengaruh kualitas pelayanan C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi. Hal ini juga sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam konteks tertentu. Gounaris, S. P, & Stathakopoulos, V menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya mempengaruhi kepuasan secara langsung, tetapi juga berperan dalam membentuk harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan dan berpotensi merusak hubungan pelanggan dengan perusahaan, sementara kualitas pelayanan yang baik cenderung memperkuat loyalitas pelanggan dan kepuasan mereka.⁸⁵

2. Pengaruh harga C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga C.V. Mandiri memiliki t_{hitung} sebesar 0.733 dengan t_{tabel} sebesar 1.68830, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu ($0.733 < 1.68830$) yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh harga C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi. Hal ini juga sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa harga tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks tertentu. Abdul Gofur menyatakan bahwa meskipun harga memiliki dampak

⁸⁵ Gounaris, S. P., & Stathakopoulos, V. (2017). *Service quality and customer satisfaction in the service industry: A critical review and further research agenda.* *Journal of Services Marketing*, 31(5), 429-446.

terhadap kepuasan pelanggan tapi kualitas pelayanan lebih berperan penting terhadap kepuasan pelanggan.⁸⁶

3. Pengaruh kelengkapan fasilitas C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kelengkapan fasilitas C.V. Mandiri Taxi memiliki t_{hitung} sebesar 3.394 dengan t_{tabel} sebesar 1.68830, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($3.394 > 1.68830$) yang berarti bahwa terdapat pengaruh kelengkapan fasilitas C.V. Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi. Hal ini juga sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kelengkapan fasilitas yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berkaitan dengan bagaimana infrastruktur, sarana, dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan atau penyedia layanan mempengaruhi pengalaman dan persepsi konsumen. Suki, N. M., & Suki, N. M. menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan, termasuk fasilitas yang disediakan, terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen. Fasilitas yang lengkap dipandang sebagai bagian penting dari kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁸⁷

⁸⁶Abdul Gofur. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis(JRMB).Vol.4 No.1

⁸⁷ Suki, N. M., & Suki, N. M. (2019). *The influence of service quality, corporate image, and customer satisfaction on customer loyalty*. *International Journal of Services and Operations Management*, 34(3), 384-405.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas C.V.

Mandiri Taxi terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi.

Hasil uji simultan (uji F) adalah nilai F_{hitung} sebesar 7.504 sedangkan f_{tabel} sebesar 0 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7.504 > 1,68830$) maka hipotesis diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen C.V. Mandiri Taxi. Secara bersama-sama terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi yaitu kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusof, M. S., & Aziz, M. A. yang menyatakan bahwa ketiga faktor ini tidak hanya mempengaruhi kepuasan secara individual, tetapi juga berinteraksi secara simultan. Misalnya, meskipun kualitas pelayanan sangat penting, jika harga dianggap terlalu tinggi atau fasilitas tidak memadai, kepuasan konsumen dapat menurun.⁸⁸

E. Keterbatasan Penelitian

Selama Pelaksanaan Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah yang sudah ditetapkan pada metodologi penelitian agar mendapatkan hasil yang sebaik mungkin. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian ini mempunyai keterbatasan dan

⁸⁸ Yusof, M. S., & Aziz, M. A. (2020). *Simultaneous Effects of Service Quality, Price, and Facilities on Customer Satisfaction: A Case Study in the Retail Sector. International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(7), 781-797.

kekurangan. Selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini peneliti menghadapi berbagai keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam menyebarkan kuisioner peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan.
2. Dalam ukuran sampe, jika sampel penelitian terbatas pada konsumen sebanyak populasi peneliti hasilnya mungkin tidak dapat secara langsung diterapkan pada populasi konsumen secara keseluruhan
3. Keterbatasan Variabel, beberapa-variabel yang relevan mungkin tidak dapat dimasukkan dalam analisis karena keterbatasan ruang, waktu, ataupun sumber daya.
4. Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian ini memperoleh hasil yang maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras, usaha dan bantuan dari semua pihak yang bersangkutan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan dengan 40 responden yang merupakan konsumen yang pernah berkunjung minimal 1 kali, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan menjadi faktor yang secara parsial (uji t) mempengaruhi kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(1.753 > 1,68830)$.

Harga menjadi faktor yang secara parsial (uji t) tidak mempengaruhi kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $(0.733 < 1,68830)$.

Kelengkapan Fasilitas menjadi faktor yang secara parsial (uji t) mempengaruhi kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(3.394 > 1,68830)$.

Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Fasilitas menjadi faktor yang secara simultan (uji F) mempengaruhi kepuasan konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} (7.504) > F_{tabel} (1,68830)$.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditemukan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Kualitas pelayanan CV. Mandiri Taxi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi, dimana hal tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk CV. Mandiri Taxi agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan citra kepercayaan konsumen pada CV. Mandiri Taxi.
- b. Kelengkapan fasilitas yang disediakan CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan ternyata dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika kelengkapan fasilitas yang disediakan untuk konsumen meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat sebaliknya jika kelengkapan fasilitas menurun maka kepuasan konsumen dapat menurun.
- c. Harga yang diberikan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan ternyata dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga CV. Mandiri Taxi seharusnya menyesuaikan harga yang ditawarkan dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan.

2. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi CV. Mandiri Taxi terhadap pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

C. Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian sebaikbaiknya namun pasti terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen dengan memotivasi kinerja karyawannya agar lebih baik, sehingga dari hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Diharapkan kepada masyarakat untuk lebih terbuka pikirannya dengan menambah wawasan mengenai kepuasan konsumen agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan bukan keinginan yang ingin dipenuhi.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian seperti informasi agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih bagus mengenai masalah penelitian yang akan diteliti. Dan untuk data-data yang terkumpul untuk setiap konstruk sebaiknya ditambah dengan teknik

wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci dan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mardhalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, (Balai Pustaka:2019), hlm 75.
- Al Quran Dan Terjemahannya Surat At Takasur Ayat 1-5.
- Alma, Buchari. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amalia dan Asmara. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.6, No.1.
- Ansofino, ddk. (2019). *Buku Ajar Ekonometrika Edis 1*. Penerbit Deepublish: Yogyakarta.
- Andriani, Ratna. 2019, Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pada Butik Marcella Muslim Galery, Nagasari-Karawang. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Anggraeni, ddk. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan (survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.37, No.1.
- Arianto dan Albani. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro Excahange*. Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma.
- Asmarani, konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan, wawancara (Padangsidimpuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).
- Assauri. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa*, jilid1. PT Gramedia. Jakarta.
- Budi Darma, *Statistik Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linear, Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F,R2)* (Guepedia, 2021), hlm. 7.
- Danny Wibowo, dkk., *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Jawa Tengah: CV.Pena Persada, 2021), hlm. 32.
- Diah, Made. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Armada Perum Damri Denpasar terhadap Kualitas Pelayanan. *Tugas Akhir*. Atmajaya Jogjakarta.
- Euis, S.(2018). *Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi untuk Meningkatkan Loyalitas*. JM Translog.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Kepuasan konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset), h.6.

- Fandy Tjiptono, (2021) *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset), hal 101.
- Fassa, Ferdinand. dkk. (2020). *Analisa Tingkat Kepuasan Penumpang terhadap Kinerja Pelayanan Shuttle Bus di Kota Mandiri*. Seminar Sains Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Jaya, Jakarta.
- Fauzi, konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan, wawancara (Padangsidempuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).
- Iwan Hermawan, (2019) *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, kualitatif dan Mixed Method)* (Kuningan: Hidayatul Quran), hlm. 16.
- Kaihatu, dkk. (2019). *Manajemen Komplain*. Penerbit CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Leliana, A. (2018). *Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Angkutan Umum Stasiun Madiun*. Imposium XXI FSTPT 2018 Universitas Briwijaya.
- Lukman, Sampara. 2020. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. STIA LAN Press. Jakarta.
- Marianti, konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan, wawancara (Padangsidempuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).
- Maulana. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Jurnal Ekonomi Vol.7.
- Mulyadi, Mohammad. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.15, No.
- Muhammad Firdaus. (2021) *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 91.
- Muhammad Yusuf Musa, (2021) *falsafat al-Ahklaq fi al-Islam*, (kairo: Dar al- A'raf).
- Moenir, 2021. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Nina Cendana, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada CV. Kampoeng Kaos Madina Panyabungan, *Skripsi*, hlm. 33.
- Nugroho dan Dwi Mulyono. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal OE Vol 7, No 2.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 12 Jilid. 2, (Jakarta : Indeks, 2019), h.42.

- Prawira, Jantra.(2019). *Pelayanan Sektor Publik*. BP. FE-Unhas. Makassar.
- Rahmadani , konsumen CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan, *wawancara* (Padangsidempuan, 15 mei 2024. Pukul 15:15 WIB).
- Rahmadi, Pengantar Metodologi Penelitian (Banjarmasin: Antasari Press, 2015), hlm. 83.
- Ratmianto & Atik Septi Winarsih. (2020) *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta : Pustaka Pelajar), h. 6.
- Resista Vikaliana, dkk., Ragam Penelitian dengan SPSS (Tahta Media Group, 2022), hlm. 16.
- Riska Maulani Dan Yunita Fitri W, (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus Pamela Empat Supermarket), Jurnal Vol. 26 No. 2.
- Rindu Nadia Dewi dan Rahmat Hidayat,(2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam*, Jurnal Akuntansi : Vol 3. No 1.
- Rochmat Aldy Purnomo, 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*(Purwosari: Wade Group), hlm. 94.
- Sabariah, (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT PLN(Persero)Rayon Samarinda Ulu*, (E-Journal Ilmu Administrasi Negara/Volume 3/Nomor 3.
- Syafrida Hafni Sahir, 2021. *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia), hlm. 38.
- Sandu siyoto dan Muhammad Ali Sodik, (2019). *Dasar Metodologi penelitian* (Karanganyar Literasi Media Publising), hlm. 16.
- Setyo dan Purnomo. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro Excahange*. Jurnal. Manajemen dan Srart-Up Bisnis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Supranto. (2019). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sumarna, Nana. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Moda Transportasi

Kereta Api Lokal (Studi Kasus Pada Pengguna Kereta Api di Stasiun Cikampek). *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang.

Syarifuddin dan Ibnu Al Suadi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* (Palangkaraya : Bobby Digital Center, 2022), hlm.78.

Tjiptono dan Diana. (2020). *Pemasaran Esiensi & Aplikasi*. Penerbit CV. Andi Offset: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. (2020). *Service, Quality, and Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Tommy dan Kristanti. (2018). *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat (CRANE) XYZ ABC*. Jurnal Confrence on Management and Behavioral studies.

Utami Sulistyaningrum, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express*”, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta , 2018), hal 11-13.

Wulansari, DN .(2018). *Analisis Pemilihan Moda Angkutan Penumpang Menuju Bandara*. *Ejournal Kajian Teknik Sipil*. Universitas 17 Agustus Jakarta.

Zulaika Matondang dan Hamni Fadilah, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS* (Medan Kreasi Group, 2022), hlm. 25.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Nurainun Harahap
2. Tempat/Tanggal Lahir : Pargarutan Julu, 12 Juli 2002
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : Dua dari Empat Bersaudara
6. Alamat : Pargarutan Julu, Kec. Angkola Timur,
Kab. Tapanuli Selatan.
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/Hp : 085361557973
9. Email : ainunh92@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 3 Angkola Timur (2008-2014)
2. MTSS Ponpes Mangaraja Panusunan Achir Hasibuan (2014-2017)
3. MAN Tapanuli Selatan (2017- 2020)
4. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasann Ahmad Addary Padangsidempuan (2020-2024)

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Shopan Shopian Harahap
2. Pekerjaan Ayah : Petani
3. Nama Ibu : Asmarani Pohan
4. Pekerjaan Ibu : Petani
10. Alamat : Pargarutan Julu, Kec. Angkola Timur,
Kab. Tapanuli Selatan.

IV. PRESTASI AKADEMIK

1. IPK : 3,40
2. Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan
Konsumen pada Layanan CV. Mandiri Taxi
Padangsidempuan

V. MOTTO HIDUP

“Banggalah Pada Dirimu Sendiri dan Hargai Setiap Pencapaianmu”

Tabulasi Data Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	JUMLAH
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	2	3	5	5	4	5	5	3	4	41
5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	43
4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	41
4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	39
3	4	5	4	3	4	3	5	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	2	3	5	5	4	5	5	3	4	41
5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	43
4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	41
4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	39
3	4	5	4	3	4	3	5	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	3	4	5	2	3	4	40
4	4	4	5	4	3	3	5	3	4	39
3	4	3	4	5	5	4	3	3	5	39
4	3	4	5	4	3	5	2	2	4	36
3	4	3	5	5	5	4	4	3	2	38
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
3	4	3	4	5	5	4	4	3	4	39
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	37
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
4	3	4	5	5	5	5	2	2	5	40
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	4	5	4	5	4	4	1	1	4	37
4	3	4	3	4	3	1	5	5	1	33
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	39
3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	42

Tabulasi Data Angket Variabel Harga (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	JUMLAH
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	2	3	5	5	4	5	5	3	4	41
5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	43
4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	41
4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	39
3	4	5	4	3	4	3	5	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	2	3	5	5	4	5	5	3	4	41
5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	43
4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	41
4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	39
3	4	5	4	3	4	3	5	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	3	4	5	2	3	4	40
4	4	4	5	4	3	3	5	3	4	39
3	4	3	4	5	5	4	3	3	5	39
4	3	4	5	4	3	5	2	2	4	36
3	4	3	5	5	5	4	4	3	2	38
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
3	4	3	4	5	5	4	4	3	4	39
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	37
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
4	3	4	5	5	5	5	2	2	5	40
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	4	5	4	5	4	4	1	1	4	37
4	3	4	3	4	3	1	5	5	1	33
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	39
3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	42

Tabulasi Data Angket Variabel Kelengkapan Fasilitas (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	JUMLAH
5	5	5	4	3	5	5	3	4	5	44
4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	41
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
4	4	5	3	4	5	3	4	3	3	38
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	44
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	43
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
3	5	4	4	5	4	3	3	3	5	39
4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	45
4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	41
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
3	5	4	3	4	3	3	4	3	5	37
4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	3	5	5	4	5	5	2	43
3	5	4	2	5	4	4	4	5	5	41
5	4	3	4	3	5	5	5	5	3	42
3	5	4	5	2	4	4	5	5	2	39
5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	44
5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	45
5	4	3	5	3	5	4	4	4	4	41
4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	46
3	3	4	4	2	4	4	4	4	5	37
5	4	4	3	3	4	5	3	3	5	39
4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	43
5	5	4	5	4	5	5	2	5	2	42
4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	42
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
3	3	4	4	5	3	5	4	4	5	40
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	44
3	5	4	4	3	3	4	5	5	4	40
4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	40
5	5	5	5	3	2	5	5	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	42

Tabulasi Data Angket Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	JUMLAH
5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	43
4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	41
5	5	5	3	4	3	4	3	5	5	42
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	44
4	4	4	5	2	2	4	3	4	5	37
5	2	3	3	1	1	5	5	5	4	34
5	5	5	2	5	4	4	4	3	3	40
4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	42
4	3	4	5	2	4	5	5	5	5	42
3	4	5	4	1	2	3	4	5	5	36
5	5	5	4	1	3	4	4	4	4	39
5	2	3	5	3	2	4	5	4	5	38
5	5	5	5	4	1	3	4	3	4	39
4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	39
4	3	4	3	3	2	3	5	3	5	35
3	4	5	4	5	3	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	5	2	5	2	5	43
5	4	5	4	3	5	5	2	5	2	40
4	4	4	5	4	4	1	5	1	5	37
3	4	3	4	2	3	5	3	5	3	35
4	3	4	5	1	5	5	2	5	2	36
3	4	3	4	1	5	4	4	4	4	36
5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	43
3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	3	2	5	4	5	4	43
4	4	4	5	1	1	4	5	4	5	37
4	4	4	5	3	2	5	5	5	5	42
5	5	5	3	4	5	4	3	3	4	41
4	3	4	4	3	4	5	2	5	4	38
4	4	4	5	5	5	2	2	5	5	41
5	4	5	4	3	3	1	1	4	5	35
4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	3	5	5	1	44
4	4	5	5	5	5	2	4	4	5	43
4	3	4	4	4	4	1	2	2	4	32
3	4	5	3	3	5	1	3	5	4	36
5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	43
5	5	5	5	4	5	4	1	4	5	43
5	4	3	5	5	5	2	4	4	4	41

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	kualitas pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.340	.294	.324	.398	.184	.457	.282	.450	.327	.565
	Sig. (2-tailed)		.032	.065	.042	.011	.056	.003	.014	.000	.067	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.340	1	.641	.614	.490	.455	.569	.255	.408	.249	.673
	Sig. (2-tailed)	.032		.000	.030	.081	.003	.093	.084	.009	.022	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.294	.641	1	.059	.339	.021	.089	.069	.439	.234	.469
	Sig. (2-tailed)	.065	.000		.018	.032	.097	.086	.072	.005	.045	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.324*	.930	.718	1	.441	.258	.542	.934	.454	.388	.432
	Sig. (2-tailed)	.042	.014	.059		.004	.083	.000	.014	.002	.010	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	.398	.581	.032	.441	1	.604	.466	.773	.241	.929	.430
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.339	.004		.000	.002	.007	.034	.005	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.6	Pearson Correlation	.256	.455	.897	.383	.604	1	.412	.987	.668	.417	.624
	Sig. (2-tailed)	.084	.003	.001	.058	.000		.008	.003	.008	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.7	Pearson Correlation	.457	.569	.589	.542	.466	.412	1	.567	.295	.285	.474
	Sig. (2-tailed)	.003	.093	.086	.000	.002	.008		.002	.065	.075	.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.8	Pearson Correlation	.614	.684	.769	.914	.747	.987	.302	1	.721	.990	.457
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.072	.004	.003	.003	.067		.000	.002	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.9	Pearson Correlation	.609	.408	.439	.454	.241	.768	.295	.721	1	.311	.538
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.005	.022	.034	.008	.065	.000		.051	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.10	Pearson Correlation	.867	.249	.234	.388	.929	.417	.285	.990	.311	1	.539
	Sig. (2-tailed)	.007	.022	.045	.040	.005	.007	.075	.002	.051		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.565	.673	.469	.432	.430	.624	.474	.457	.538	.539	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.006	.006	.000	.002	.003	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.340*	.294	.324*	.398*	.256	.457**	.614	.650	.867	.565**
	Sig. (2-tailed)		.032	.065	.042	.011	.084	.003	.082	.060	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.340*	1	.641**	.930	.581	.455**	.569	.255	.408**	.249	.673**
	Sig. (2-tailed)	.032		.000	.014	.090	.003	.093	.084	.009	.022	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.294	.641**	1	.259	.339*	.897	.586	.672	.439**	.234	.469**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000		.018	.032	.001	.089	.069	.005	.045	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.324*	.930	.718	1	.441**	.283	.542**	.934	.454	.388	.432**
	Sig. (2-tailed)	.042	.014	.059		.004	.058	.000	.014	.022	.040	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.398*	.581	.339*	.441**	1	.604**	.466**	.773	.241	.929	.430**
	Sig. (2-tailed)	.011	.090	.032	.004		.000	.002	.047	.034	.015	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.6	Pearson Correlation	.256	.455**	.897	.258	.604**	1	.412**	.987	.678	.417**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.084	.003	.021	.083	.000		.008	.003	.068	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.7	Pearson Correlation	.457**	.569	.586	.542**	.466**	.412**	1	.302	.295	.285	.474**
	Sig. (2-tailed)	.003	.093	.089	.000	.002	.008		.067	.065	.075	.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.8	Pearson Correlation	.614	.284	.672	.934	.773	.987	.302	1	.721**	.990	.457**
	Sig. (2-tailed)	.012	.055	.069	.004	.047	.003	.067		.000	.002	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.9	Pearson Correlation	.340	.408**	.439**	.454	.241	.678	.295	.721**	1	.311	.538**
	Sig. (2-tailed)	.050	.009	.005	.022	.034	.008	.065	.000		.051	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.10	Pearson Correlation	.867	.249	.234	.388	.929	.417**	.285	.990	.311	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	.007	.022	.045	.040	.005	.007	.075	.002	.051		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
harga	Pearson Correlation	.565**	.673**	.469**	.432**	.430**	.624**	.474**	.457**	.538**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.006	.006	.000	.002	.003	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Fasilitas (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	kelengkapan fasilitas
X3.1	Pearson Correlation	1	.258	.284	.361*	.991	.279	.440**	.713	.521	.878	.532**
	Sig. (2-tailed)		.083	.056	.022	.002	.081	.005	.060	.005	.005	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	.283	1	.324*	.889	.202	.913	.720	.609	.742	.685	.365*
	Sig. (2-tailed)	.058		.042	.003	.010	.008	.009	.083	.054	.066	.020
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	.284	.324*	1	.494	.488	.665	.228	.265	.571	.281	.441**
	Sig. (2-tailed)	.056	.042		.011	.013	.071	.056	.098	.092	.014	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.4	Pearson Correlation	.361*	.889	.494	1	.483	.458	.251	.514	.455	.644	.444**
	Sig. (2-tailed)	.022	.023	.011		.014	.021	.018	.006	.022	.075	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.5	Pearson Correlation	.991	.292	.488	.483	1	.356	.354	.378	.963	.703	.506**
	Sig. (2-tailed)	.002	.010	.013	.014		.050	.051	.043	.007	.008	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.6	Pearson Correlation	.279	.913	.665	.458	.356	1	.365	.911	.302	.660	.375*
	Sig. (2-tailed)	.081	.008	.071	.021	.050		.047	.008	.067	.005	.017
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.7	Pearson Correlation	.440**	.720	.228	.251	.351	.347	1	.895	.804	.851	.423**
	Sig. (2-tailed)	.005	.059	.056	.018	.054	.065		.022	.041	.031	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.8	Pearson Correlation	.713	.609	.265	.506	.378	.911	.895	1	.376*	.626	.494**
	Sig. (2-tailed)	.060	.083	.098	.014	.043	.018	.022		.017	.079	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.9	Pearson Correlation	.521	.742	.571	.455	.963	.302	.804	.376*	1	.217	.305
	Sig. (2-tailed)	.005	.004	.092	.022	.007	.067	.001	.017		.078	.054
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.10	Pearson Correlation	.878	.685	.251	.644	.603	.260	.851	.626	.217	1	.267
	Sig. (2-tailed)	.005	.066	.014	.075	.008	.015	.031	.079	.078		.093
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
kelengkapan fasilitas	Pearson Correlation	.532**	.365*	.441**	.444**	.506**	.375*	.423**	.494**	.305	.267	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.020	.006	.006	.001	.017	.006	.001	.054	.093	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	kepuasan konsumen
Y.1	Pearson Correlation	1	.340*	.294	.757	.281	.856	.937	.707	.299	.611	.333*
	Sig. (2-tailed)		.032	.065	.050	.079	.030	.013	.061	.068	.083	.017
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.2	Pearson Correlation	.340*	1	.641**	.548	.331*	.365	.586	.625	.507	.882	.443**
	Sig. (2-tailed)	.032		.000	.098	.037	.038	.089	.080	.008	.024	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.3	Pearson Correlation	.294	.641**	1	.249	.251	.618	.747	.322	.874	.748	.430**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000		.021	.086	.081	.053	.061	.026	.052	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.4	Pearson Correlation	.757	.548	.249	1	.871	.358	.422	.881	.674	.925	.930**
	Sig. (2-tailed)	.050	.098	.021		.027	.049	.031	.025	.069	.005	.009
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.5	Pearson Correlation	.281	.331*	.286	.871	1	.382*	.321*	.814	.244	.976	.477**
	Sig. (2-tailed)	.079	.037	.051	.027		.015	.043	.038	.089	.005	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.6	Pearson Correlation	.856	.308	.618	.358	.382*	1	.302	.392*	.531	.327*	.352*
	Sig. (2-tailed)	.030	.065	.081	.049	.015		.059	.012	.002	.039	.083
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.7	Pearson Correlation	.937	.586	.747	.422	.321*	.302	1	.363	.514**	.360	.235
	Sig. (2-tailed)	.013	.089	.053	.031	.043	.059		.016	.001	.023	.050
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.8	Pearson Correlation	.707	.625	.322	.881	.814	.392*	.316	1	.542	.270	.270
	Sig. (2-tailed)	.061	.080	.061	.025	.038	.012	.063		.099	.079	.010
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.9	Pearson Correlation	.268	.008	.026	.069	.089	.002	.514**	.009	1	.042	.273
	Sig. (2-tailed)	.099	.507	.874	.674	.244	.531	.001	.542		.212	.029
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Y.10	Pearson Correlation	.611	.882	.748	.925	.976	.327*	.323	.270	.212	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.083	.024	.052	.015	.005	.039	.060	.079	.042		.008
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.333*	.443**	.430**	.930**	.477**	.352*	.235	.270	.273	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.004	.009	.000	.083	.050	.010	.029	.008	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelengkapan Fasilitas (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	10

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	40	3	5	4.33	.730
X1.2	40	2	5	4.08	.829
X1.3	40	3	5	4.35	.770
X1.4	40	3	5	4.42	.594
X1.5	40	3	5	4.22	.800
X1.6	40	3	5	4.18	.712
X1.7	40	1	5	4.10	.900
X1.8	40	1	5	4.27	1.037
X1.9	40	1	5	4.00	1.062
X1.10	40	1	5	4.17	.931
kualitas pelayanan	40	33	50	42.12	4.304
X2.1	40	3	5	4.33	.730
X2.2	40	2	5	4.08	.829
X2.3	40	3	5	4.35	.770
X2.4	40	3	5	4.42	.594
X2.5	40	3	5	4.22	.800
X2.6	40	3	5	4.18	.712
X2.7	40	1	5	4.10	.900
X2.8	40	1	5	4.27	1.037
X2.9	40	1	5	4.00	1.062
X2.10	40	1	5	4.17	.931
harga	40	33	50	42.12	4.304
X3.1	40	3	5	4.18	.712
X3.2	40	3	5	4.42	.594
X3.3	40	3	5	4.33	.730
X3.4	40	2	5	4.20	.758
X3.5	40	2	5	4.15	.949
X3.6	40	2	5	4.28	.784
X3.7	40	3	5	4.35	.700
X3.8	40	2	5	4.32	.764
X3.9	40	3	5	4.30	.723
X3.10	40	2	5	4.37	.897
kelengkapan fasilitas	40	37	49	42.90	3.136
Y.1	40	3	5	4.33	.730
Y.2	40	2	5	4.08	.829
Y.3	40	3	5	4.35	.770
Y.4	40	2	5	4.25	.870
Y.5	40	1	5	3.37	1.390
Y.6	40	1	5	3.63	1.334
Y.7	40	1	5	3.58	1.299
Y.8	40	1	5	3.70	1.203
Y.9	40	1	5	4.13	.966
Y.10	40	1	5	4.25	.954
kepuasan konsumen	40	32	44	39.65	3.239
Valid N (listwise)	40				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized ed Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	2.73178724
	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.057
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

e. Test distribution is Normal

f. Calculated from data

g. Lilliefors significance correction.

h. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
kualitas pelayanan * kepuasan konsumen	Between Groups	(Combined)	347.111	11	31.556	2.354	.033
		Linearity	200.991	1	200.991	14.997	.001
		Deviation from Linearity	146.119	10	14.612	1.090	.402
	Within Groups		375.264	28	13.402		
	Total		722.375	40			
harga * kepuasan konsumen	Between Groups	(Combined)	185.695	14	13.264	.937	.537
		Linearity	6.348	1	6.348	.448	.509
			179.347	13	13.796	.975	.501
	Within Groups		339.740	24	14.156		
	Total		525.436	40			
kelengkapan fasilitas * kepuasan konsumen	Between Groups	(Combined)	205.969	14	14.712	1.105	.401
		Linearity	2.574	1	2.574	.193	.664
		Deviation from Linearity	203.396	13	15.646	1.175	.353
	Within Groups		319.467	24	13.311		
	Total		525.436	40			

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.996	8.024		4.112	.000		
	kualitas pelayanan	.186	.265	.214	.702	.488	.299	3.350
	harga	.194	.231	.227	.839	.407	.379	2.635
	kelengkapan fasilitas	-.225	.394	-.218	-.571	.572	.191	5.226

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.869	5.512		1.791	.082
	Kualitas pelayanan	-.013	.182	-.022	-.073	.942
	Harga	.072	.159	.119	.453	.654
	Kelengkapan Fasilitas	-.242	.271	-.330	-.893	.378

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.107	6.189		4.218	.000
	kualitas pelayanan	.357	.162	.359	1.753	.007
	harga	.137	.186	.132	.733	.468
	kelengkapan fasilitas	.461	.136	.612	3.394	.002

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil analisis koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.250	2.805

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas

Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.107	6.189		4.218	.000
	kualitas pelayanan	.357	.162	.359	1.753	.007
	harga	.137	.186	.132	.733	.468
	kelengkapan fasilitas	.461	.136	.612	3.394	.002

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.056	2	59.028	7.504	.000 ^b
	Residual	291.044	37	7.866		
	Total	409.100	40			

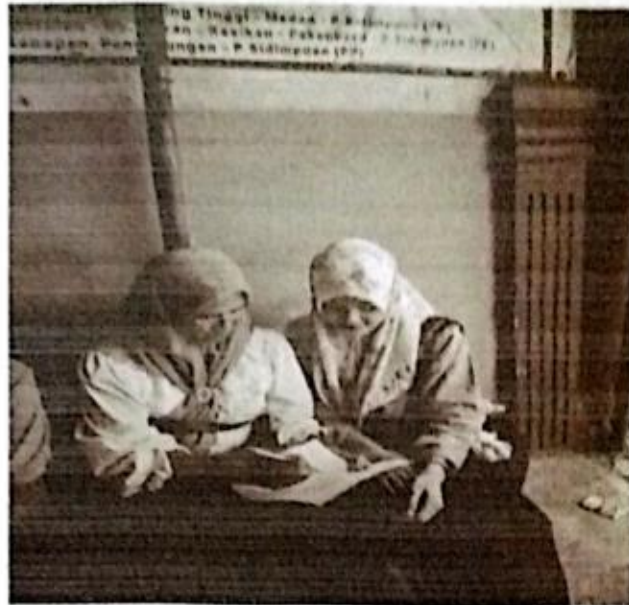
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga, kelengkapan fasilitas

Lampiran Dokumentasi Angket

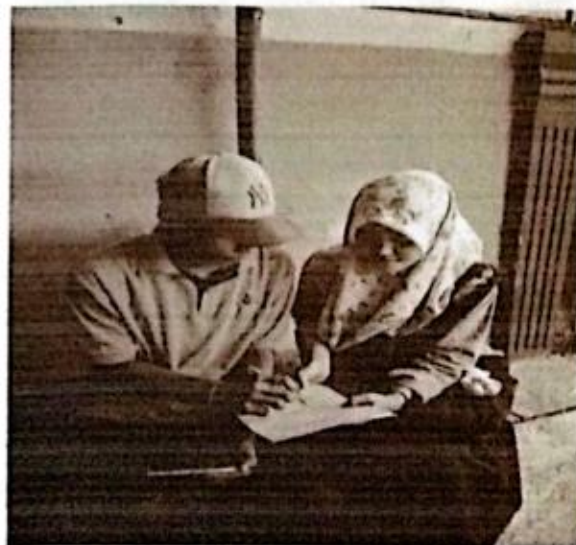
Gambar 1

Dokumentasi Dengan Ibu Suryani



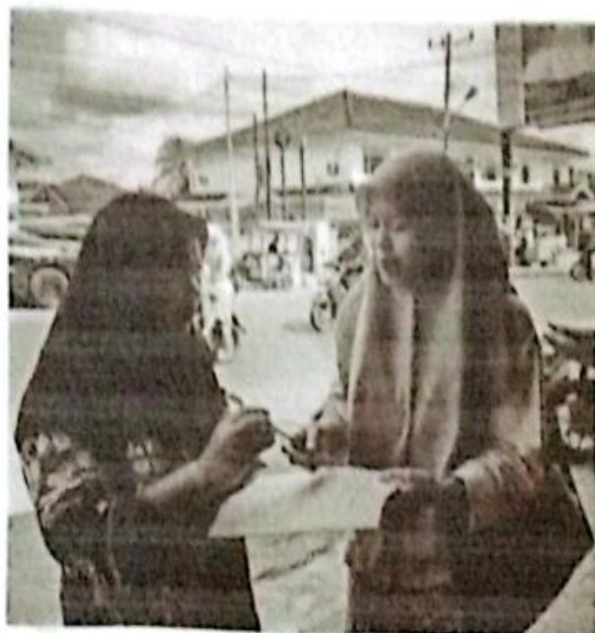
Gambar 2

Dokumentasi Dengan Bapak Rahmad Siregar



Gambar 3

Dokumentasi Dengan Ibu Jelita Lubis



Gambar 4

Dokumentasi Dengan Ibu Nurma Sari



ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Konsumen pada C.V Mandiri Taxi Padangsidimpuan

Di-Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT. serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas, Amin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tentang **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan"**, diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian. Maka dengan ini saya mohon kepada konsumen C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian, atas bantuan dan partisipasi dari Saudara/i dalam mengisi lembar angket tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padangsidimpuan, 9 Oktober 2024



Nurainun Harahap
NIM. 20 402 00102

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Isa, S.T.,M.M

NIP : 198006052011011003

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul; **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Layanan C.V. Mandiri Taxi Padangsidempuan."**

Yang disusun oleh:

Nama : Nurainun Harahap

Nim : 2040200102

Fakultas : Ekonomi dan Bisni Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

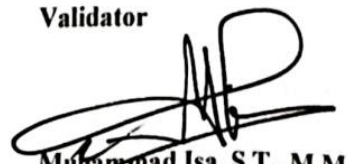
adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. perbaiki sesuai saran!
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 09 oktober 2024

Validator


Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir

Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Kesesuaian harapan konsumen dengan kinerja perusahaan	1,2,3	✓		
Minat berkunjung kembali	4,5,6	✓		
Kesediaan merekomendasikan	7,8,9,10	✓		

Catatan:

ok.

Padang, 03 Oktober 2024

Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X₁)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir

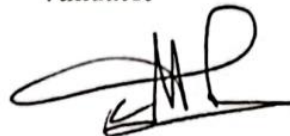
Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Empati	1,2,3,4	✓		
Daya Tanggap	5,6,7	✓		
Reability	8,9,10	✓		

Catatan:

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

Padangsisimpuan, 03 Oktober 2024

Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI

ANGKET HARGA (X₂)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir

Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Keterjangkauan harga	1,2,3	✓		
Kesesuaian harga dengan fasilitas	4,5,6	✓		
Daya saing harga	7,8,9,10	✓		

Catatan:

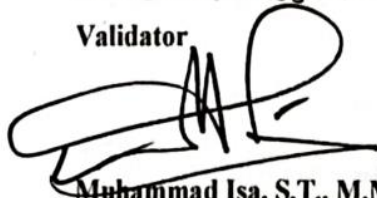
.....

.....

.....

Padangsisimpulan, 03 Oktober 2024

Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M

NIP. 198006052011011003

LEMBAR VALIDASI
KELENGKAPAN FASILITAS (X₃)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir

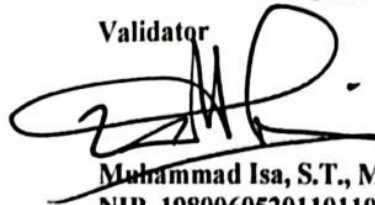
Indikator	No Pernyataan	V	VR	TV
Kelayakan	1,2,3	✓		
Perlengkapan / Perabotan	4,5,6	✓		
Unsur pendukung	7,8,9,10	✓		

Catatan:

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

Padangsisimpuan, 03 Oktober 2024

Validator



Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 198006052011011003

Indikator Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

1. Kesesuaian Harapan

Keberhasilan jasa layanan dalam memenuhi atau melebihi harapan konsumen dapat signifikan meningkatkan kepuasan keseluruhan

2. Minat Berkunjung Kembali

Konsumen yang merasa puas cenderung lebih mungkin untuk kembali dan menjadi pelanggan setia, sehingga minat berkunjung kembali merupakan strategi penting dalam mempertahankan konsumen yang loyal dan meningkatkan retensi konsumen dalam jangka panjang

3. Kesiediaan merekomendasikan

Menunjukkan seberapa inginnya konsumen untuk memberikan ulasan positif atau rekomendasi kepada orang lain tentang produk atau layanan yang telah mereka gunakan. Kesiediaan untuk merekomendasikan juga mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan yang menyediakan produk atau layanan tersebut.

Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

- 1. Empati** yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh pegawai untuk memberikan perhatian langsung kepada konsumen
- 2. Ketanggapan** yaitu kesiediaan membantu konsumen dan menyediakan pelayanan sesuai yang dilakukan oleh pegawai dengan cepat dan tanggap.
- 3. Reability** yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji.

Indikator Harga (X₂)

- 1. Keterjangkauan Harga** yaitu Harga yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat sesuai dengan target pasar yang dituju.

2. **Kesesuaian Harga dengan Fasilitas** yaitu harga yang telah ditentukan sesuai dengan fasilitas yang telah disediakan oleh perusahaan kepada konsumen.
3. **Daya Saing Harga** yaitu harga yang ditawarkan lebih tinggi atau lebih rendah daripada biaya rata-rata pesaing.

Indikator Variabel Kelengkapan Fasilitas (X_3)

1. **Kelayakan** yaitu fasilitas yang disediakan oleh perusahaan masih layak atau tidak digunakan oleh konsumen
2. **Perlengkapan** yaitu berbagai barang yang milik perusahaan yang memiliki sifat habis pakai, atau bisa digunakan lagi.
3. **Unsur Pendukung** yaitu yang dapat membantu serta menunjang kelengkapan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan.

ANGKET PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN C.V. MANDIRI TAXI PADANGSIDIMPUAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi identitas dan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia

No Responden : 

Nama :

Jenis Kelamin :

☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Umur :

☐ 15-20 Tahun ☐ 31-40 Tahun

☐ 21-30 Tahun ☐ 41-50 Tahun

Apakah anda pernah menggunakan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan?

☐ Pertama Kali ☐ 3-5 kali sebulan

☐ 1-2 kali sebulan ☐ Lebih dari 5 kali sebulan

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pernyataan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)

- e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
4. Semua jawaban saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Kepuasan Konsumen (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1.	Saya merasa pelayanan yang di berikan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan sesuai dengan harapan saya					
2.	Saya merasa jasa transportasi yang di terima di CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan sesuai dengan yang diiklankan di media sosial					
3.	Saya merasa kenyamanan dan kebersihan di lokasi CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan sudah sesuai dengan harapan saya					
Minat Berkunjung Kembali						
4.	Saya akan terus menggunakan jasa transportasi yang disediakan CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan jika saya memerlukan transportasi ke luar kota					
5.	Jika saya memerlukan jasa transportasi maka					

	saya tetap akan menggunakan CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
6.	Saya merasa CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan pantas menjadi langganan saya dalam bepergian.					
Kesediaan Merekomendasikan						
7.	Saya akan merekomendasikan ke teman, saudara dan orang lain untuk menggunakan jasa transportasi dari CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
8.	Saya akan membagikan pengalaman saya menggunakan jasa transportasi dari CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan agar orang lain tertarik untuk menggunakan jasa transportasi dari CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
9.	Saya akan mengajak teman-teman saya untuk menggunakan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
10.	Saya akan merekomendasikan dengan mengupload di sosial media saya agar orang lain juga menggunakan jasa transportasi dari CV. Mandiri Taxi					

	Padangsidimpuan					
--	-----------------	--	--	--	--	--

2. Kualitas Pelayanan (X_1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Empati						
1.	Saya merasa pegawai CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan menjalin hubungan yang baik terhadap konsumen dan memahami kebutuhan konsumennya.					
2.	Saya merasa pegawai CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan bersedia membantu apa yang dibutuhkan konsumennya.					
3.	Saya merasa pegawai CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan selalu ramah tamah terhadap konsumennya					
4.	Saya sangat suka dengan empati yang di tunjukan oleh pegawai CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan saat konsumennya mengalami kesulitan					
Daya Tanggap						
5.	Saya merasa bahwa pegawai di CV. Mandiri Taxi Padangsidimpuan responsif terhadap keluhan konsumen dan membantu konsumen yang mengalami kesulitan					

6.	Saya lebih cenderung memilih CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan karena tingkat ketanggapan pelayanan yang mereka tawarkan.					
7.	Saya percaya bahwa CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan memberikan pelayanan terbaik seperti kecepatan layanan, ketepatan waktu.					
<i>Reability</i>						
8.	Saya merasa bahwa pegawai di CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan selalu memberikan pelayanan yang dapat diandalkan.					
9.	Saya merasa yakin bahwa saya akan selalu mendapatkan pelayanan berkualitas setiap kali menggunakan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
10.	Saya sangat suka dengan pelayanan dari jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan karena mereka sangat sigap saat melayani konsumennya					

3. Harga (X₂)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
1.	Menurut saya Harga yang ditetapkan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan terjangkau.					
2.	Saya melakukan perbandingan biaya sebelum melakukan penggunaan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
3.	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sesuai dengan kemampuan saya					
Kesesuaian Harga Dengan Fasilitas						
4.	Saya merasa harga yang ditawarkan CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sebanding dengan fasilitas yang saya terima					
5.	Saya merasa harga yang di tawarkan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan wajar dengan fasilitas yang ditawarkan					
6.	Menurut saya kualitas pelayanan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan memiliki kualitas yang sebanding dengan Harga yang ditawarkan.					

Daya Saing Harga						
7.	Menurut saya CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan banyak menawarkan diskon yang membuat biaya jasa transportasi lebih terjangkau bagi konsumen					
8.	Menurut saya Harga di CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan lebih murah dibanding jasa Transportasi lainnya					
9.	Saya lebih memilih menggunakan jasa transportasi CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan dibanding transportasi lainnya karna pelayanannya yang baik walaupun Harga yang ditawarkan lebih mahal					
10.	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sesuai dengan kemampuan saya dibanding transportasi lainnya.					

4. Kelengkapan Fasilitas (X₃)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Kelayakan						
1.	Menurut saya fasilitas yang di sediakan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sangat layak digunakan					

2.	Fasilitas yang disediakan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sangat terjaga kebersihannya					
3.	Saya merasa pelayanan yang saya terima dari pegawai CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sangat layak					
Perlengkapan / perabotan						
4.	Saya merasa tertarik untuk menggunakan fasilitas yang dijanjikan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan					
5.	Menurut saya fasilitas yang di sediakan oleh CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan sangat lengkap					
6.	Menurut saya fasilitas yang disediakan oleh C.V. Mandiri Taxi Padangsidempuan sangat lengkap karena perusahaan menyediakan mobil yang pakai AC dan non AC untuk konsumennya					
Unsur Pendukung						
7.	Saya merasa nyaman ketika menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi Padangsidempuan karena perusahaan menyediakan selimut untuk konsumen					
8.	Saya merasa nyaman ketika menggunakan jasa transportasi C.V.					

	Mandiri Taxi Padangsidimpuan karena perusahaan menyediakan air mineral untuk konsumen					
9.	Saya akan memilih menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan karena selalu menyediakan fasilitas waktu untuk konsumen untuk makan dan ke kamar mandi di sela- sela perjalanan					
10.	Saya sangat nyaman menggunakan jasa transportasi C.V. Mandiri Taxi Padangsidimpuan karena menyediakan musik agar konsumen tidak bosan dengan suasana di mobil saat diperjalanan.					

Responden

.....



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 : 3627 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.14/03/2024

14 Maret 2024

Lampiran : -

Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth. Bapak/Ibu;

1. Muhammad Isa, MM : Pembimbing I
2. Rizki pratiwi Harahap, MM : Pembimbing II

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

Nama : NURAINUN HARAHAHAP
NIM : 2040200102
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN CV. MANDIRI TAXI PADANGSIDIMPUAN

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu 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 Ekonomidan 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 : //97/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/08/2024

27 Agustus 2024

Lampiran : 1 berkas

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
Di Padangsidempuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Nur Ainun Harahap
NIM : 2040200102
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Layanan CV. Mandiri Taxi Padangsidempuan**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



CV. MANDIRI TAXI PADANGSIDIMPUAN

Jl. Sisingamangaraja no.187, sitamiang, Kec. Padangsidempuan Sel.,
Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara

Nomor telepon 0821-6265-4333 Ig: mandiri_taxii

SITAMIANG KOTA PADANGSIDIMPUAN SUMATERA UTARA

Nomor : / / 2024

Sitamiang, 15 Oktober 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : 1 Lembar

Perihal : Izin Penelitian

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri

Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

di- Padangsidempuan

Memenuhi syarat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nomor 1197/ Un.28/G.1/G.4c/
TL.00/08/2024 Tanggal 15 Oktober 2024, Hal Mohon Izin Riset.

Berkenaan dengan hal tersebut setelah mempelajari dan mempertimbangkannya pada
prinsipnya kami tidak keberatan dan memberikan izin sepanjang tidak bertentangan dengan
Hukum dan Undang- undang yang berlaku untuk melaksanakan penelitian kepada:

Nama : Nurainun Harahap

Nim : 2040200102

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian, disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya, diucapkan terimakasih.

Direksi CV.Mandiri Taxi

