



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
MENGUNAKAN JASA TRAVEL  
PT. BATANG TORU  
JAYA RAYA**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**DIAH MALA SARI**

**NIM. 18 402 00059**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

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

**2022**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
MENGUNAKAN JASA TRAVEL  
PT. BATANG TORU  
JAYA RAYA**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**DIAH MALA SARI**

**NIM. 18 402 00059**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
MENGUNAKAN JASA TRAVEL  
PT. BATANG TORU  
JAYA RAYA**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**DIAH MALA SARI  
NIM. 18 402 00059**

**PEMBIMBING I**

  
**Delima Sari Lubis, M.A.  
NIP. 198405122014032002**

**PEMBIMBING II**

  
**Adanan Murroh Nasution, M.A.  
NIDN. 2104118301**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2022**



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

---

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **DIAH MALA SARI**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 08 November 2022  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu 'alaikumWr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **DIAH MALA SARI** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya .**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikumWr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Delima Sari Lubis, M.A**  
NIP. 198405122014032002

**PEMBIMBING II**

**Adanan Murroh Nasution, M.A**  
NIDN. 2104118301

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

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

Nama : DIAH MALA SARI  
Nim : 18 402 00059  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, November 2022

Saya yang Menyatakan,



**Diah Mala Sari**  
**NIM. 18 402 00059**

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

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DIAH MALA SARI  
NIM : 18 402 00059  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : November 2022

Saya yang menyatakan,



**Diah Mala Sari**  
**NIM. 18 402 00059**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Silhitang, Kota Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : DIAH MALA SARI  
**NIM** : 18 402 00059  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya

**Ketua**

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

**Sekretaris**

**Ihdhi Aini, M.E**  
NIP. 19891225 201903 2 010

**Anggota**

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

**Ihdhi Aini, M.E**  
NIP. 19891225 201903 2 010

**Windari, M.A**  
NIP. 19830510 201503 2 003

**Sry Lestari, M.E.I**  
NIP. 19890505 201903 2 008

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Senin/ 12 Desember 2022  
**Pukul** : 14.00 Wib – 16.30 Wib  
**Hasil/Nilai** : Lulus / 65,25 (C)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H. Tengku. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padang Sidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022  
Website : [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI** : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA TRAVEL PT. BATANG TORU JAYA RAYA**

**NAMA** : **DAH MALA SARI**

**NIM** : **18 402 00059**

**TANGGAL YUDISIUM** : **28 JANUARI 2023**

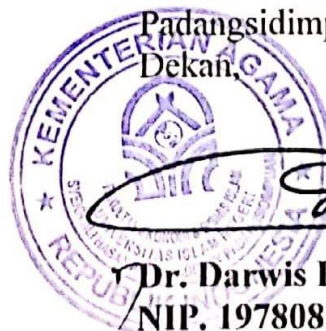
**INDEKS PRESTASI KUMULATIF** : **3,51**

**PREDIKAT** : **PUJIAN**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Syarat  
dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023

Dekan,



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



## ABSTRAK

**Nama :Diah Mala Sari**

**NIM :18 402 00059**

**Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya**

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini juga dapat dirasakan oleh para pelaku bisnis di bidang jasa angkutan umum seperti travel PT.Batang Toru Jaya Raya. harus bisa mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan yang baik yang sebanding dengan pelayanan belum bisa di berikan oleh PT.Batang Toru Jaya Raya. PT.Batang Toru Jaya Raya harus membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT.Batang Toru Jaya Raya secara parsial dan simultan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang manajemen pemasaran. Pendekatan yang dilakukan berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menggunakan data primer dan data sekunder dengan sampel sebanyak 69 responden. Data diperoleh dari hasil wawancara, survei, angket/kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi dasar (uji normalitas dan uji linieritas), uji asumsi klasik (uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (*R square*), uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), serta dengan menggunakan *software* SPSS versi 23.

Hasil penelitian secara parsial (uji t) adalah ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan secara parsial yang dibuktikan dengan thitung  $10,133 < -ttabel 1,66$ , maka  $H_{a1}$  diterima. Ada pengaruh antara harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan secara parsial yang dibuktikan dengan thitung  $-2,227 < -ttabel -1,66$ , maka  $H_{a2}$  diterima. Sedangkan secara simultan (uji F), ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama atau simultan yang dibuktikan dengan Fhitung  $54,891 > Ftabel 2,37$  maka  $H_a$  diterima.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya ”**. Shalawat dan salam kita hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ummatnya dari zaman kebodohan ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang ini. Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada:

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

- Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra, Replita M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
  3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah beserta bapak dan ibu dosen di lingkungan 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.
  4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Pembimbing I dan Bapak Adanan Murroh Nasution, M.A., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
  5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda Alm. Panusunan Siregar dan Ibunda tercinta Siti Nagur Dalimunthe yang telah banyak melimpahkan kasih sayang dan pengorbanan baik material maupun beribuan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Tante peneliti Emmi Hayati S.pd,SD serta kakak saya Gusti Sania S.Kom yang selalu membantu peneliti dengan kasih sayang, memberikan semangat, motivasi, do'a dan usaha selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
7. Muhammad Nasir Sitompul S.Si, Rita Andriani dan Hammi Palihah selaku teman terbaik yang tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah peneliti dan selalu memberi motivasi kepada peneliti agar selalu semangat dalam penulisan skripsi ini, serta rekan-rekan Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis 1), Kamar 73 Angkatan 2018, Mahasiswa KKL Desa Tanjung tiram Angkatan 2018, Mahasiswa Magang BKD Padangsidempuan Angkatan 2018 dan seluruh mahasiswa/i angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
8. Kepada tempat penelitian yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Bapak Rocky Gultom selaku direktur PT. Batang Toru Jaya Raya.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan,     November 2022  
Peneliti

**DIAH MALA SARI**  
NIM. 18 402 00059

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. '..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

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

### 1. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

### 2. Vokal Rangkap

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

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

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا.....ى	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
...ى..ِ	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
...وْ	<i>dommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

### C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### 1. Ta marbutah hidup

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

#### 2. Ta marbutah mati

Ta *marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. *Syaddah (Tsaydid)*

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

### E. *Kata Sandang*

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

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*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

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

#### **G. Penulisan Kata**

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

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital 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 kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	vi
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Definisi Operasional Variabel .....	8
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Kegunaan Penelitian .....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	10

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori .....	13
1. Kepuasan Pelanggan .....	13
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ...	14
c. Metode Mengukur Kepuasan.....	15
d. Kepuasan Pelanggan dalam Prespektif Islam .....	17
2. Kualitas Pelayanan.....	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	19
b. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	20
c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik.....	21
3. Harga.....	23
a. Pengertian Harga .....	23
b. Dasar Penetapan Harga.....	24
c. Strategi Penetapan Harga.....	25
d. Harga dalam Prespektif Islam.....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Pikir .....	32
D. Hipotesis .....	33

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
B. Jenis Penelitian .....	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Sumber Data .....	36
1. Data Primer.....	36
2. Data Sekunder.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Observasi .....	37
2. Angket .....	37
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Istrument.....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	39
G. Analisis Data .....	39
1. Uji Asumsi Dasar .....	39
2. Uji Asumsi Klasik .....	41
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	42
4. Uji Hipotesis .....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum PT.Batang Toru Jaya Raya .....	45
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan .....	45
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	46
3. Stuktur Organisasi .....	46
B. Hasil Penelitian .....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Teknik Analisis Data .....	53
a. Uji Asumsi Dasar.....	53
b. Uji Asumsi Klasik .....	56
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	58
5. Uji Hipotesis .....	61
a. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	61
b. Uji Parsial (t).....	62
c. Uji Simultan (F).....	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
D. Keterbatasan Penelitian .....	66

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran .....	68

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penumpang PT. Batang Toru Jaya Raya .....	6
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Penetapan Skor Alternatif Jawaban Angket .....	38
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	47
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	48
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	49
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	50
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2) .....	51
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	51
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.8 Uji Linieritas Kualitas Pelayanan .....	53
Tabel 4.9 Uji Linieritas Harga .....	54
Tabel 4.10 Uji Multikolineritas .....	55
Tabel 4.11 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
Tabel 4. 13 Uji Parsial ( Uji t).....	61
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F) .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Batang Toru Jaya Raya.....	47
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas .....	57

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan sulit diprediksi. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan-perusahaan saling berlomba-lomba dalam merebut pasar agar para konsumen membeli produk yang ditawarkan dan berusaha mempertahankan pelanggannya agar tidak berpaling ke produk yang sama dari perusahaan yang berbeda. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Perusahaan dikatakan berhasil apabila dalam usahanya mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.<sup>1</sup>

Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.<sup>2</sup> Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi,

---

<sup>1</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas jilid 1, Diterjemahkan dari "Marketing Manajemnt" oleh Bob Sabran, M.M. (Jakarta: Erlangga, 2019), hlm. 123

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm. 138-139.

pelanggan akan sangat puas atau senang. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal pelayanan terhadap pelanggan.<sup>3</sup> Menciptakan kepuasan pelanggan tidaklah mudah, perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat dalam menciptakan pelanggan.

Produk atau jasa yang baik perlu dijadikan tolak ukur bagi perusahaan dalam menciptakan produk atau jasa tersebut. Karena hal yang paling diinginkan oleh pelanggan adalah produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Setiap perusahaan hidup dari pelanggannya karena itu kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas setiap perusahaan, inilah yang disebut kunci memenangkan persaingan global yang semakin ketat. Selain memuaskan pelanggan dengan kualitas barang atau jasa perlu juga meningkatkan pelayanan.<sup>4</sup> Salah satu penyebab terjadinya ketidakpuasan adalah masalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan jasa ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>5</sup>

Pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain. Kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat kemampuan (ability) dari sebuah perusahaan dalam

---

<sup>3</sup> Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen Edisi Kesatu (Jakarta: Kencana, 2020), hlm. 235

<sup>4</sup> Yanti Faradilla Siahaan, Jangan Takut Menjadi Kaya (Jakarta Timur: FOCUS Grahamedia, 2016), hlm. 138.

<sup>5</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2017), hlm. 280.



memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas, apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan harus dilakukan dengan baik agar pelanggan yang mengadakan keluhannya merasa nyaman dan tentunya akan berdampak kepada kepuasan bagi pelanggan.<sup>6</sup>

Observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa pelanggan yang mengindikasikan adanya ketidakpuasan antara lain dengan Bapak Amansyah siregar yang memakai jasa travel PT.Batang Toru Jaya Raya, dia mengatakan bahwa “pelayanan di PT. Batang Toru Jaya Raya belum memuaskan, dimana keramah-tamahan karyawan belum ada dan tempat menunggu atau istirahat buat pelanggan terlalu kecil, serta warung makan dan minum belum tersedia dengan baik”.<sup>7</sup>

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Service Managemen Mewujudkan Pelayanan Prima* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), hlm. 83.

<sup>7</sup> Hasil Wawancara, Amansyah Siregar, Pelanggan PT.Batang Toru Jaya Raya, pada Tanggal 14 April 2022 Di PT.Batang Toru Jaya Raya

pelanggan akan terwujud. Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Harga yang yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian pelanggan, agar pelanggan dapat menggunakan jasa perusahaan tersebut. Bagi pelanggan, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Harga adalah salah satu unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga barangkali adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan banyak waktu.<sup>8</sup>

Berdasarkan observasi yang dilakuka peneliti dengan ibu Imah salah satu pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya yang memakai travel tersebut. Dia mengatakan “harga ongkos mahal tidak sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan“. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Harga merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan jasa tersebut.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas jilid 2*, Diterjemahkan dari “*Marketing Manajement*” oleh Benyamin Molan (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2018), hlm. 77.

<sup>9</sup> Hasil Wawancara, Ibu Imah, Pelanggan PT.Batang Toru Jaya Raya, pada Tanggal 14 April 2022 Di PT.Batang Toru Jaya Raya

Tidaklah mudah bagi perusahaan untuk menetapkan harga yang murah dengan kualitas jasa yang bagus dan pendapatan yang tidak merosot. Ini yang menjadi tantangan perusahaan untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis, baik perusahaan jasa maupun produk. Jika harga tidak sesuai dengan harapan pelanggan, hal ini yang akan menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan. Kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini, perusahaan jasa seperti PT. Batang Toru Jaya Raya seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka.

PT. Batang Toru Jaya Raya yang merupakan biro perjalanan umum yang melayani jasa antar jemput dengan tujuan Medan-Tebing Tinggi-P. Siantar-Tarutung-Batang Toru. PT. Batang Toru Jaya Raya juga menerima kiriman barang, paket, dan dokumen. Loker PT. Batang Toru Jaya berada di Jl. Merdeka, Kelurahan Wek 1, Kecamatan Batang Toru, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Menyadari bahwa betapa pentingnya memerhatikan kualitas jasa dengan memberikan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas, untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan supaya tidak beralih kepada perusahaan jasa angkutan umum lain. Data penumpang travel Batang Toru Jaya Raya tahun 2019 sampai tahun 2021 sebagai berikut :

**Tabel. 1.1**  
**Data Penumpang PT. Batang Toru Jaya Raya**  
**Tahun 2019 - 2021**

No	Tahun	Jumlah penumpang (orang)
1	2019	1.155
2	2020	2.016
3	2021	2.352

Sumber : Loket PT. Batang Toru Jaya Raya<sup>10</sup>

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa penumpang PT. Batang Toru Jaya Raya dalam tiga tahun terakhir dari 2019 – 2021 mengalami peningkatan. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan belum memperoleh pelayanan yang baik dan efisien di PT. Batang Toru Jaya Raya
2. PT. Batang Toru Jaya Raya kurang memperhatikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan harga.

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara, Dewi, Karyawan PT. Batang Toru Jaya Raya, pada Tanggal 14 April 2022 Di PT. Batang Toru Jaya Raya

3. Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa bengkel mobil di Batang toru yang menjadi pesaing PT. Batang Toru Jaya Raya.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang dikaji, perlu dibuat batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi pembatasan terhadap objek penelitian (yakni pembahasan dan variabel) dan subjek penelitian (subjek dan studi kasus). Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya membahas tentang kualitas pelayanan dan harga yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan di travel PT. Batang Toru Jaya Raya.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT. Batang Toru Jaya Raya ?
2. Apakah ada pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT. Batang Toru Jaya Raya ?
3. Apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT. Batang Toru Jaya Raya ?

### E. Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang akan dijadikan objek pengamatan peneliti atau faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau apa yang menjadi titik perhatian. sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa travel PT. Batang Toru Jaya Raya ” Variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Defenisi variabel	Indikator variabel	Skala
1	Kualitas Pelayan ( $X^1$ )	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan atau nasabah. Kualitas pelayanan dinilai berdasarkan persepsikonsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman sebenarnya atas layanan yang diterima.	a. Jaminan b. Keandalan c. Bukti fisik d. Empati e. Daya tanggap	Ordinal

2	Harga ( $X^2$ )	Harga adalah nilai suatu barang yang dimasukkan dalam mata uang ataupun medium moneter lainnya yang dijadikan sebagai alat pembayaran.	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan manfaat c. Kesesuaian harga dengan kualitas	Ordinal
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian yang diberikan seorang pelanggan terhadap jasa yang diperolehnya dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkannya.	a. Pengalaman Pelanggan b. Memenuhi Kebutuhan Pelanggan c. Memuaskan Pelanggan	

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT.Batang Toru Jaya Raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT.Batang Toru Jaya Raya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan pada travel PT.Batang Toru Jaya Raya.

## **G. Kegunaan Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri sehingga dapat menerapkannya di lingkungan pekerjaannya yang sesuai dengan bidang manajemen bisnis.

### 2. Bagi PT. Batang Toru Jaya Raya

Semoga dengan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan khususnya manajemen bisnis yang berkaitan langsung dengan manajemen pelayanan yang berkualitas bagi pelanggan.

### 3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Uin Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sebagai kegiatan untuk melatih kemampuan dalam membuat sebuah karya ilmiah dan motivasi kepada penulis selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih komprehensif tentang Ekonomi Syariah.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan pengumpulan data dan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:



BAB I, peneliti menjelaskan latar belakang peneliti mengangkat judul penelitian serta memberikan fakta yang terjadi pada tempat penelitian, kemudian peneliti menjelaskan beberapa variabel atau faktor lain yang berhubungan dengan penelitian dan berkaitan dengan permasalahan yaitu identifikasi masalah. Setelah itu, dilakukan pembatasan masalah agar penelitian lebih jelas dan fokus. Setelah itu, peneliti menjelaskan rumusan masalah yang sesuai dengan batasan masalah yang telah dibuat. Kemudian peneliti menjelaskan definisi operasional variabel yang berisi pengertian serta indikator setiap variabel terkait dalam penelitian. Selanjutnya dibuatlah tujuan penelitian yang sejalan dengan rumusan masalah dan akhirnya menjelaskan beberapa kegunaan penelitian.

BAB II, peneliti menjelaskan teori yang berkaitan dengan variabel variabel penelitian yaitu tentang loyalitas konsumen, harga, citra merek, dan promosi untuk memperjelas masalah yang akan diteliti. Selanjutnya peneliti mengemukakan penelitian terdahulu untuk melihat kajian sejenis yang dihasilkan oleh beberapa peneliti lain, setelah itu dilanjutkan dengan kerangka pikir untuk membuat kerangka pengamatan antara variabel-variabel yang diteliti dan hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan hasil kajian kerangka teori.

BAB III, peneliti menguraikan metodologi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel. Kemudian

dibuatlah instrumen pengumpulan data dengan data primer, metode pengumpulan data dengan teknik observasi dan kuesioner. Setelah itu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan analisis data dengan uji asumsi dasar yang terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dan uji determinasi ( $R^2$ ), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

BAB IV, membahas hasil penelitian yang berisikan gambaran lokasi penelitian, gambaran travel PT. Batang Toru Jaya Raya yang terdiri dari sejarah, visi dan misi, serta struktur organisasi, serta melihat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan travel PT. Batang Toru Jaya Raya .

BAB V, penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah, disertai dengan saran-saran kemudian dilengkapi lampiran-lampiran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktifitas dari suatu produk atau jasa dengan harapannya. Kepuasan pelanggan berhubungan dengan mutu pelayanan, dengan mengetahui tingkat kepuasan seorang pelanggan. Pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan. Namun sering kali perusahaan mengabaikan pelanggan, pelanggan hanya memberikan keuntungan terhadap perusahaan dan perusahaan tanpa berupaya memberikan pelayanan prima kepada mereka.<sup>11</sup>

Apabila hal ini berlanjut terus - menerus, maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan karena ketidakpuasan atas pelayanan perusahaan. Persaingan bisnis saat ini semakin tajam, perusahaan harus lebih aktif dan lebih agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan pesaing. Berdasarkan pengertian dari kepuasan dan pelanggan yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian ( Yogyakarta: CV. Andi Offset 2014, hlm. 268

merupakan suatu penilaian yang diberikan seorang pelanggan terhadap jasa yang diperolehnya dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkannya.<sup>12</sup>

**b. Faktor- faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan**

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- 5) Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk

---

<sup>12</sup> Ratin Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 11.

mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.<sup>13</sup>

### **c. Metode Mengukur Kepuasan**

Adapun metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

#### **1) Sistem Keluhan dan Saran**

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, websites, dan lain-lain. yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

---

<sup>13</sup> M. Nur Rianto Al Arif, Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah ( Bandung : CV. Alfabeta, 2012) hlm. 189

## 2) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, websites, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

## 3) Ghost Shopping (Mistery Shopping)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut, mereka kemudian diminta untuk melaporkan kepada teman-temannya berkenaan dengan kekuatan atau kelemahan produk perusahaan dan pesaing. Biasanya para ghost shoppers diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik

pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.<sup>14</sup>

#### 4) Lost Customer Analysis

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang diperlukan, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, di mana peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

#### **d. Kepuasan dalam Prespektif Islam**

Dalam ilmu ekonomi islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Kepuasan dalam islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam islam mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan dalam rasa syukur. Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu hubungan baik kepada Allah dan hubungan baik dengan sesama manusia. Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi

---

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction Edisi ke Empat* (Yogyakarta : CV Andi, 2016), hlm. 219-220

antara penjual dan pembeli (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا  
 آَلِقَابٍ لَّانْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ  
 لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ  
 إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: 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 ma'afkanlah 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. Ali 'Imran ayat 159).<sup>15</sup>

Dalam ayat ini bahwa Allah menjelaskan dalam kepuasan pelanggan, interaksi antara pelanggan dan pembeli (hubungan baik kepada manusia), ayat ini memberikan pedoman kepada mukmin (pelanggan) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek customer/pelanggan). Dalam memberikan kualitas pelayanan kita harus lemah lembut agar pelanggan puas dengan apa yang kita berikan. Sekiranya engkau berlaku keras, buruk perangai, kasar kata, tidak peka terhadap orang lain, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Bila pelaku bisnis

<sup>15</sup> Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bogor: CV J-ART, 2004), hlm. 71.



tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain.

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan.<sup>16</sup>

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Oleh karena itu dapat ditetapkan standar yang baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi

---

<sup>16</sup> Etta Mamang Sungadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 100.

keinginan pelanggan atau nasabah.<sup>17</sup> Kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman sebenarnya atas layanan yang diterima.

## **b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

### **1. Jaminan (*Assurance*)**

Jaminan yaitu kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.

### **2. Keandalan (*Reliability*)**

Keandalan yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Karyawan harus dapat diandalkan oleh pelanggan dalam mengatasi segala masalah yang timbul kepada diri pelanggan.<sup>18</sup>

### **3. Ketanggapan (*Responsiveness*)**

Ketanggapan yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan

---

<sup>17</sup>Kamaruddinselling, *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Public* (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), hlm. 18.

<sup>18</sup> Imhar Imhar and Kurnaesih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk. Kcp TebetTimur," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 1, no. 1 (January 13, 2022): hlm. 82-87, <http://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/200>.

baik. Karyawan harus tanggap dalam membantu pelanggan yang kesulitan.

#### 4. Bukti Langsung (Tangible)

Bukti langsung yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan pelanggan.

#### 5. Empati (Empathy)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.

#### c. Ciri – Ciri Pelayanan yang baik

Dalam kualitas pelayanan hal yang paling penting adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja yang diterima sama atau lebih dari yang diharapkan. Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik Pelanggan ingin dilayani secara prima.

Untuk melayani pelanggan salah satunya hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang

dimiliki perusahaan. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan pelanggan betah berurusan dengan perusahaan.

2) Tersedia personil yang baik

Kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung dari karyawan. Karyawan harus bersikap ramah, sopan dan menarik selama proses pelayanan.

3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal sampai selesai

Pelanggan merasa puas apabila karyawan bertanggung jawab terhadap pekerjaannya dan memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Layanan yang diberikan sesuai waktu yang telah dijanjikan dan sebisa mungkin untuk tidak melakukan kesalahan dalam proses pelayanan.

5) Mampu berkomunikasi

Dalam berkomunikasi kepada pelanggan pakailah bahasa yang dapat dimengerti oleh pelanggan dan cukup jelas agar pelanggan mudah memahaminya.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga kepercayaan pelanggan adalah hal utama yang paling penting dilakukan karyawan. Kebanyakan pelanggan

mencetak foto melalui plashdisk, memori ataupun handphone, didalam plashdisk, memori atau handphone tersebut akan ada data pribadi pelanggan, karyawan harus tidak ikut campur ataupun tetap menjaga rahasia pelanggan tersebut.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Karyawan dalam menjalankan pekerjaannya harus mempunyai pengetahuan dalam bidang fotografi agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan demi memberi kepuasan.

8) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Karyawan harus tanggap dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar pelanggan merasa puas.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan harus tetap dijaga demi kelangsungan perusahaan. Memberikan pelayanan terbaik dan hasil yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan agar pelanggan tidak berpaling ke perusahaan lain.<sup>19</sup>

### 3. Harga

#### a. Pengertian Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan

---

<sup>19</sup> Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah (1st Ed.)*. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 57

biaya. Harga sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Harga ialah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>20</sup>

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berfikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Jadi harga adalah salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai yang ditukarkan konsumen dan sangat menentukan laku tidaknya barang dipasaran dengan harga yang telah ditetapkan.<sup>21</sup>

## **b. Dasar Penetapan Harga**

Ada beberapa dasar atau faktor penetapan harga sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 2*, Diterjemahkan dari “*Marketing Manajement*” oleh Benyamin Molan (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2018), hlm. 78.

<sup>21</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2018), hlm. 241

### 1) Faktor Internal yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran dan biaya.

### 2) Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, persepsi konsumen terhadap harga dan nilai.<sup>22</sup>

## c. Strategi Penetapan Harga

Pemilihan strategi harga yang tepat merupakan hal yang penting untuk menarik konsumen. Konsumen yang merasa mendapatkan harga yang cocok dari sebuah peritel akan mendatangi toko, demikian pula sebaliknya konsumen yang tidak mendapatkan harga yang cocok akan meninggalkan atau tidak akan mendatangi toko tersebut. Pada intinya terdapat dua strategi harga yang digunakan dalam bisnis ritel modern yaitu<sup>23</sup>:

### 1) Penetapan Harga Tinggi atau Rendah (High/Low Pricing-HLP)

---

<sup>22</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (Jakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014), hlm. 131.

<sup>23</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga* (Yogyakarta: Andi Offset, 2020), hlm. 43.

Strategi penetapan harga tinggi atau rendah merupakan strategi yang paling sering kita jumpai di toko-toko ritel. Terdapat beberapa pengertian mengenai strategi HLP menurut Utami “Dipahami sebagai penetapan harga diskon temporer untuk unit barang dagangan tertentu, strategi ini biasanya diberlakukan selama beberapa periode dan diikuti oleh mingguminggu dengan harga normal. Sering pula peritel menggunakan istilah harga promosi, mengingat kebijakan ini dilakukan dengan menggunakan harga spesial yang biasanya berasal dari potongan harga dari pihak atau kesepakatan khusus”.

2) Penetapan Harga Rendah Tiap Hari (Everyday Low PricingEDLP)

Terdapat beberapa pengertian tentang harga rendah tiap hari, menurut Utami “Bahwa menawarkan harga rendah yang atraktif berlaku konstan pada periode yang lebih lama”. Harga itu lebih rendah dibandingkan harga normal tetapi tidak serendah harga diskon. Strategi penetapan harga seperti ini memungkinkan konsumen selalu memikirkan bahwa harga barang yang dijual selalu murah. Konsep EDLP membuat penurunan harga menjadi suatu obsesi, di mana mereka mendapatkan harga yang terbaik. Hal ini memerlukan perhatian setiap saat (menit per menit) kepada kompetitor



yang agresif. Strateginya adalah tidak semua barang dijual murah, yang dijual murah hanya barang-barang tertentu di mana kita bisa mendapatkan harga murah dari pemasok.<sup>24</sup>

#### d. Harga dalam Perspektif Islam

Harga suatu produk memengaruhi banyaknya produk yang akan dijual dan akan menentukan pendapatan perusahaan pada penjualan tertentu. Sehingga harga yang ditentukan harus tepat. Harga adalah suatu nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Berikut ini ayat tentang harga yang terdapat dalam suruh An-Nisa' ayat 29:<sup>25</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا  
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An- Nisa' ayat 29).<sup>26</sup>

<sup>24</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-qur'an)* (Jakarta: Lentera Hati, 2012, hlm. 499

<sup>25</sup> Abdullah Al-Mushlih dan Shalah Ash-Shawi, *Fiqih Ekonomi Keuangan Islam*, Diterjemahkan dari Ma La Yasa'ut Tajiru Jahluhu"oleh Abu Umar Basyir, (Jakarta: Dar Al-Muslim Riyadh KSA, 2004), hlm. 15.

<sup>26</sup> Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Bintang Indonesia), hlm. 83.

Dalam ayat di atas menyatakan bahwa keharusan adanya kerelaan kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di hati, tanda-tandanya dapat terlihat seperti melakukan ijab dan kabul saat melakukan transaksi. Maka dari itu jual beli harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Ayat ini juga menunjukkan bahwa Allah Swt mengharamkan hambanya memakan harta dengan jalan batil dan haram, yakni dengan cara yang diharamkan, seperti judi, riba, suap maupun aktivitas sejenis berbentuk manipulatif serta yang dapat menyebabkan permusuhan. Jadi produsen dilarang memanipulasi harga karena ingin memperoleh keuntungan semata, hal ini sama saja dengan merugikan konsumen itu sendiri.

Konsep tentang harga dalam perspektif syariah tidak berlandaskan pada faktor keuntungan saja tapi juga didasarkan pada aspek daya beli masyarakat serta kemashlahatan umat, sehingga konsep keuntungan yang berlipat ganda dari penetapan harga yang terlalu mahal tidak dibenarkan karena dapat merugikan salah satu pihak. Dalam menetapkan harga produsen akan memperoleh keuntungan, akan tetapi agar masalah dapat tercapai, produsen tidak boleh menetapkan harga terlalu tinggi yang nantinya akan merugikan konsumen.

## 1. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Ade Syarif Maulana, (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul Jakarta, Jakarta, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI.
	Tri Hastuti Handayani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammad iyah, Surakarta, 2018	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia di kota Solo.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	Azrul aziz siregar, IAIN Padangsidempuan, 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran Motor.	Hasil penelitian secara parsial (uji t) adalah ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan secara parsial yang dibuktikan dengan - thitung $-5,362 < -$ ttabel $-1,668$ atau thitung $5,362 <$ ttabel $1,668$ , maka Ha1 diterima.
4	Endah Nawangsasi,dkk. Jurnal Accounting Vol 8 No 2, 2021.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada	Hasil dari penelitian ini membuktikan regresi bahwa variable responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy

		Natra Tour Dan Travel Di Surakarta	(empati), Tangible (buktilangsung), dan reliability (keandalan) memiliki peran yang bernilai positif terhadap kepuasan konsumen.
5	Muhammad Maskur, Nurul Qomariah dan Nursaidah Jurnal, Sains Manajemen dan Bisnis, Volume VI. Nomor 2, 2019	Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bengkel mobil Larasati Lumajang	Hasil dari analisis regresi bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Ade Syarif Maulana, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitiannya. Ade Syarif Maulana, meneliti di PT. TOI, sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT. Batang Toru Jaya Raya.
2. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Tri Hastuti Handayani, sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya adalah Tri Hastuti Handayani membahas pengaruh

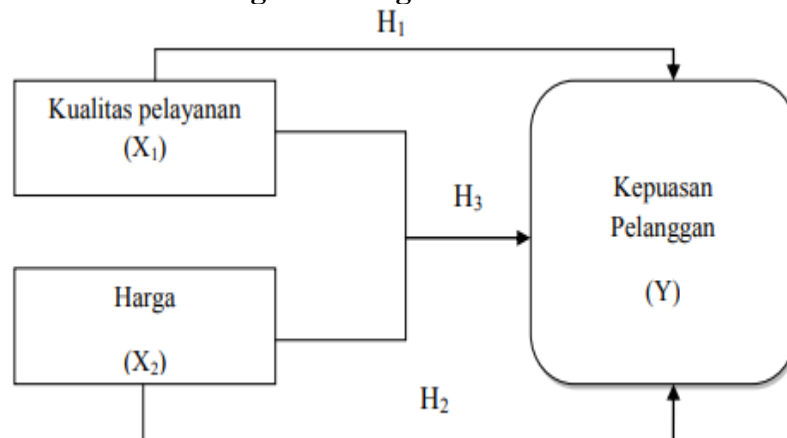
harga, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di kota Solo.

3. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitiannya. Azrul Aziz siregar, meneliti di Bengkel CV. Parsariran Motor, sedangkan peneliti melakukan penelitian di PT. Batang Toru Jaya Raya.
4. Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan uji t dan uji f. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian, penelitian terdahulu di PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel) di kota Makassar sedangkan penelitian ini di PT. Batang Toru Jaya Raya.
5. Persamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Maskur, dkk., adalah variabelnya sama yaitu kualitas pelayanan dan harga. Perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Maskur, dkk., adalah meneliti variabel independennya 3, yaitu; kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan serta variabel dependennya loyalitas, sedangkan peneliti hanya meneliti kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Kerangka Pikir

Untuk memudahkan pemahaman mengenai keseluruhan rangkaian penelitian, maka disusunlah kerangka pikir penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pikir**



Keterangan :

X<sub>1</sub> : variabel bebas (*Independent*)

X<sub>2</sub> : variabel bebas (*Independent*)

Y : variabel terikat (*Dependent*)

Variabel *independent* merupakan variabel yang mempengaruhi terjadinya perubahan pada variabel berikut. Sedangkan dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau terjadinya akibat adanya variabel bebas. Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa variabel X<sub>1</sub> (Kualitas pelayanan), variabel X<sub>2</sub> (Harga) dan variabel Y (Kepuasan pelanggan) berpengaruh satu sama lain.

### 3. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) variabel-variabel dalam penelitian, serta pernyataan yang paling spesifik. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

Ha<sub>1</sub>: Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada travel PT. Batang Toru Jaya Raya.

Ha<sub>2</sub> : Ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial pada travel PT. Batang Toru Jaya Raya.

Ha<sub>3</sub>: Ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada travel PT. Batang Toru Jaya Raya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Pada penelitian ini yang dijadikan tempat penelitian Locket PT. Batang Toru Jaya berada di Jl. Merdeka, Kelurahan Wek 1, Kecamatan Batang Toru, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Oktober.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, yakni menggunakan data berupa angka-angka dan analisis statistik. Penelitian kuantitatif memerlukan adanya hipotesis dan pengujian untuk menentukan tahapan selanjutnya dengan menentukan teknik analisa dan uji statistik yang digunakan.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Didalam suatu penelitian dibutuhkan populasi karena memiliki peranan yang begitu penting, jadi berdasarkan definisi yang tertera maka peneliti dapat menyimpulkan, populasi merupakan kumpulan dari suatu individu yang memiliki karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan cara yang disesuaikan oleh peneliti untuk dipelajari dan mengambil kesimpulan terhadap penelitian. Populasi yang dipakai



dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa travel PT. Batang Toru Jaya Raya yang jumlahnya tidak dapat ditentukan (tidak dapat dipastikan).

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti menyimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang ditentukan oleh peneliti seberapa banyak jumlahnya kemudian dijadikan sebagai responden dalam suatu penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.

Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil oleh penulis untuk melakukan penelitian ini, maka penulis menggunakan rumus sampel tidak di ketahui

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel

$Z$  = Mengacu pada tingkat kepercayaan. Dalam penelitian ini ditentukan sebesar 90% maka  $Z = 1,65$ .

$p$  = Variasi populasi. Variasi populasi disini dinyatakan dalam bentuk proporsi, karena tidak ada data pendahuluan mengenai populasi,

variasi populasi diasumsikan heterogen (dengan proporsi 50:50).

Jadi,  $0,5 (1-p) = 0,5 \times 0,5 = 0,25$

$e$  = Kesalahan sampel yang ditolerir, dalam penelitian ini sebesar 10% dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = (1,65)^2 \cdot 0,5 (1-0,5) (0,1)^2$$

$$n = (2,7225) \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 0,01$$

$$n = (2,7225) (0,25) \cdot 0,01$$

$$= 68,063$$

$$= 69$$

jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 orang.

#### **D. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer ialah sumber data yang pertama dari subyek atau objek penelitian data penelitian langsung. Dengan kata lain data primer merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut. Untuk itu data ini bersumber dari angket.

## **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder bisa diambil dari pihak mana saja yang memberikan data dalam melengkapi kekurangan dari data yang diperoleh melalui sumber data primer. Data sekunder dalam penelitian ini dokumen, laporan-laporan, jurnal yang berkaitan dengan judul peneliti.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap obyek yang diamati secara langsung. Metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap obyek yang diamati, bagaimanakah keadaannya kemudian catat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati, sehingga data yang diperoleh tidak luput dari pengamatan.

#### **2. Angket**

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang bersifat pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Angket ini disebarakan kepada seluruh pelanggan yang menggunakan jasa travel PT. Batang Toru Jaya Raya sebanyak 69 responden. Penilaian angket yang disebarakan menggunakan skala likert

jawaban setiap instrument mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dapat ditetapkan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Penetapan Skor Alternatif Jawaban Angket**

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas berarti kesahihan dari alat ukur dengan yang hendak diukur, artinya seberapa jauh alat dapat mengukur subjek yang ingin diukur secara akurat. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan pada kuesioner yang harus diganti/dibuang karena dianggap tidak relevan. Pengujian dilakukan secara statistik, bisa manual ataupun menggunakan program SPSS 23 melalui komputer. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji validitas itu adalah uji yang digunakan untuk mencari tahu keakuratan suatu alat penelitian. Berikut ini kriteria pengujiannya: a. Jika  $r$  hasil positif, serta  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel,

maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid. b. Jika  $r$  hasil negatif, dan  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka hal itu berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas yaitu seberapa jauh konsistensi alat ukur agar dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur subjek yang sama. Dalam hal ini, suatu alat ukur akan dikatakan konsisten apabila telah dilakukan pengujian beberapa kali terhadap gejala yang sama. Menurut Arikunto dalam buku metodologi riset manajemen pemasaran reliabilitas berarti sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Apabila variabel yang diteliti memiliki crambach's alpha  $> 60\%$  (0,60) maka variable dikatakan reliabel, begitupun sebaliknya crambach's alpha  $< 60\%$  (0,60) maka variabel dikatakan tidak reliabel.

## G. Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Dasar

Setelah data terkumpul, tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Data mentah yang dikumpulkan akan digunakan setelah dianalisis. Pada dasarnya analisis adalah kegiatan untuk memanfaatkan data sehingga diperoleh suatu kebenaran atau ketidakbenaran hipotesis. Proses analisis dilakukan setelah melalui proses klarifikasi berupa pengelompokan/pengumpulan dan

pengkategorian data dalam kelas yang telah ditentukan. Dengan analisis data maka data yang ada akan terlihat manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian. Analisis data tentunya disesuaikan dengan tujuan riset yang dilakukan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas ialah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atukah keduanya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data antara lain uji chi-kuadrat, uji liliefors, One-SampleKolmogorov Smirnov. Untuk penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat One-Sample Kolmogorov Smirnov. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10 % atau 0.10 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,10$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,10$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

## **b. Uji Linieritas**

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan (Linearity)  $< 0,10$  maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.
- 2) Jika nilai signifikan (Linearity)  $> 0,10$  maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linier.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari Multikolinieritas adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (VIF  $< 10$ ) dan bila tolerance lebih besar dari 0,10 (tolerance  $> 0,10$ ).<sup>24</sup>

### **b. Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik dengan kriteria pengambilan keputusan melalui model Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Jika korelasi antara variabel independen dan residual memiliki signifikansi  $> 0,10$  artinya data tidak terkena heteroskedastisitas dan jika signifikansi  $< 0,10$  artinya data terkena heteroskedastisitas.

### **3. Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda merupakan pengukuran pengaruh antar variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis linier berganda juga dapat diartikan sebagai sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel X). Persamaan regresi pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$  Keterangan : Y = Kepuasan pelanggan a = Konstanta b1 = Koefisien untuk variabel kualitas pelayanan b2 = Koefisien untuk variabel harga X1 = kualitas pelayanan X2 = harga e = Standard Error



#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi ( Adjusted R Square )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antar nol dan satu. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai adjusted R Square ( $R^2$ ). Adjusted R square biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independent. Dalam penelitian ini variabel independennya lebih dari dua variabel sehingga menggunakan koefisien determinasi dengan angka adjusted R Square.

##### b. Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikansi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu independent variable mempengaruhi dependent variable. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 10%, dengan derajat kebebasan atau  $df = (n - k - 1)$ . Kriteria Pengujian :

- 1)  $H_0$  ditolak: Jika nilai  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya ada pengaruh yang signifikan antara independent variable secara parsial terhadap dependent variable.

2)  $H_0$  diterima : Jika nilai  $-t_{tabel} \leq t_{hitung}$  atau  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara independent variable secara parsial terhadap dependent variable

**c. Uji Simultan ( Uji F)**

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua independent variable terhadap dependent variable. Menentukan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  dengan taraf signifikan sebesar 10% (0,10) dengan  $df = (n-k-1)$ . Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan harga untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu kepuasan pelanggan. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima. Berarti masing-masing independent variable secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dependent variable.
- 2) Dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak, Berarti masing-masing independent variable secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dependent variable.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Batang Toru Jaya Raya**

##### **1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan**

PT. Batang Toru Jaya Raya adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan umum, yang didirikan oleh bapak Hildun Gultom. PT. Batang Toru Jaya Raya yang merupakan biro perjalanan umum yang melayani jasa antar jemput dengan jurusan Batang Toru - Balige -P Siantar - Medan. PT. Batang Toru Jaya Raya juga menerima kiriman barang, paket, dan dokumen. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012 yang berlokasi di Jl. Merdeka, Kelurahan Wek 1, Kecamatan Batang Toru, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa, kepercayaan merupakan hal yang paling utama yang menjadi pedoman Sistem kerja yang baik dan didukung oleh SDM (Sumber Daya Manusia) yang berpengalaman yang selalu siap memenuhi kebutuhan para pelanggan. PT. Batang Toru Jaya Raya telah berusaha menjadi perusahaan jasa yang diminati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik serta mengutamakan kepuasan pelanggannya. Jumlah angkutan yang dimiliki perusahaan saat ini adalah sebanyak 15 angkutan. Untuk

memenuhi kebutuhan pelanggan akan jasa angkutan, maka perusahaan akan berusaha menambah jumlah angkutannya.

## **2. Visi dan Misi PT. Batang Toru Jaya Raya**

Visi dan misi dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangatlah penting, karena tanpa adanya visi maka tidak akan ada tujuan didirikannya sebuah organisasi atau perusahaan tersebut. Visi adalah gambaran dan tujuan suatu lembaga, organisasi atau perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan misi adalah cara untuk mencapai tujuan tersebut. PT. Batang Toru Jaya Raya adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

### **a. Visi**

- 1) Memberikan jasa pelayanan transportasi darat terbaik secara konsisten kepada semua pelanggan sehingga dapat menjadi partner pelanggan serta mengutamakan kepuasan pelanggan.

### **b. Misi**

- 1) Memberikan jasa dengan kualitas terbaik
- 2) Mempermudah masyarakat untuk melaksanakan perjalanan dengan layanan terbaik dan aman.
- 3) Meningkatkan kepercayaan konsumen akan pelayanan yang diberikan.
- 4) Menyediakan layanan transportasi public yang aman dan terjangkau.

## **3. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan komponen penting yang harus ada dalam organisasi atau perusahaan yang memuat

terkait pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing. Struktur organisasi adalah sebuah susunan berbagai komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi kita dapat melihat pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan yang berbeda bisa dikoordinasikan dengan baik. Struktur organisasi pada PT. Batang Toru Jaya Raya dapat dilihat pada gambar

**GAMBAR 4. 1**  
**Struktur Organisasi PT. Batang Toru Jaya Raya**



## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Suatu data dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

#### a. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

No. Item Soal	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1	0,708	Instrumen valid jika- $r_{hitung} > r_{tabel}$ , nilai $r_{tabel}$ untuk $df = n-2 (69-2) = 67$  pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1997$	Valid
2	0,821		Valid
3	0,607		Valid
4	0,721		Valid
5	0,579		Valid
6	0,561		Valid
7	0,733		Valid
8	0,808		Valid
9	0,771		Valid
10	0,675		Valid

Dari uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1) dapat disimpulkan bahwa jumlah soal yang diuji untuk variabel

kualitas pelayanan adalah sebanyak 10 soal, dengan nilai r hitung  $> r_{tabel}$  dengan  $n = 69 - 2 = 67$  jadi  $r_{tabel}$  adalah 0,1997. Karena semua butir angket memiliki r hitung  $> r_{tabel}$  atau r hitung  $> 0,1997$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir angket adalah valid.

b. Uji Validitas Harga (X2)

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Harga**

No. Item Soal	Nilai <i>r</i> hitung	Nilai <i>r</i> tabel	Keterangan
1	0,799	Instrumen valid jika $r_{hitung} >$ dengan $df = 67$ pada taraf signifikan 10% Sehingga diperoleh = 0,1997	Valid
2	0,885		Valid
3	0,780		Valid
4	0,913		Valid
5	0,902		Valid

Dari uji validitas variabel kualitas pelayanan (X) dapat disimpulkan bahwa jumlah soal yang diuji untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebanyak 5 soal, dengan nilai r hitung  $> r_{tabel}$  dengan  $n = 69 - 2 = 67$  jadi  $r_{tabel}$  adalah 0,1997. Karena semua butir angket memiliki r hitung  $> r_{tabel}$  atau r hitung  $> 0,1997$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir angket adalah valid.

d. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (y)

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

No	Nilai r <i>hitung</i>	Nilai <i>rtabel</i>	Keterangan
1	0,683	Instrumen valid jika- hitung > rtabel, nilai rtabel untuk df = n-2 (69-2)= 67 pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh rtabel= 0,1997	Valid
2	0,747		Valid
3	0,704		Valid
4	0,729		Valid
5	0,815		Valid
6	0,578		Valid
7	0,871		Valid
8	0,470		Valid
9	0,672		Valid
10	0,815		Valid

Dari uji validitas variabel kualitas pelayanan (X) dapat disimpulkan bahwa jumlah soal yang diuji untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebanyak 10 soal, dengan nilai r hitung > rtabel dengan  $n = 69 - 2 = 67$  jadi rtabel adalah 0,1997. Karena semua butir angket memiliki r hitung > r tabel atau r hitung > 0,1997. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir angket adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu untuk mengetahui seberapa jauh konsistensi alat ukur agar dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur subjek yang sama. Uji statistik dilakukan



untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dengan melihat nilai Cronbach Alpha.

**a. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan**

Uji reliabilitas pada Kualitas Pelayanan dilihat dari nilai Cronbach Alpha untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan reliabel atau tidak. Berikut ini hasil uji reliabilitas dari kualitas pelayanan :

**Tabel 4.4**

**Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,878	10

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan adalah reliabel. Dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  ( $0,878 > 0,60$ ).

**b. Uji Reliabilitas Harga**

Uji reliabilitas pada harga dilihat dari nilai Cronbach Alpha untuk mengetahui apakah variabel harga reliabel atau tidak. Berikut ini hasil uji reliabilitas dari harga:

**Tabel 4.5****Uji Reliabilitas Harga****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	5

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Harga adalah reliabel. Dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  ( $0,905 > 0,60$ ).

**c. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan**

Uji reliabilitas pada kepuasan pelanggan dilihat dari nilai Cronbach Alpha untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan reliabel atau tidak. Berikut ini hasil uji reliabilitas dari kepuasan pelanggan :

**Tabel 4.6****Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	10

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan adalah reliabel. Dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  ( $0,888 > 0,60$ ).

### 3. Teknik Analisis Data

#### a. Uji Asumsi Dasar

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan berdasarkan pada metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*:

**Tabel 4.7**

#### Uji Normalitas Kolmogrov- Smirnov

##### One-Sampel Kologrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	3,88676532
B		
Most	Absolute	,079
Extreme	Positive	,079
Differences	Negative	-,070
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23(data diolah)

Berdasarkan output diatas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) Unstadardiz ed Residual sebesar 0,200 lebih besar dari 0,1, sehingga dinyatakan bahwa pada data regresi di penelitian ini berdistribusi normal.

## 2) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Apabila signifikansi  $< 0,10$  maka dua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier, begitupun sebaliknya.

### a) Uji Linieritas Kualitas Pelayanan

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Hasil uji linieritas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.8**  
**Uji Linieritas Kualitas Pelayanan**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan* Kualitas pelayanan	Between Groups (Combined)	388,700	11	35,336	10,853	,000
	Linearity	337,923	1	337,923	101,877	,000
	Deviation from Linearity	50,777	10	5,078	1,531	,152
Within Groups		189,068	57	3,317		
Total		577,768	68			

Hasil uji linieritas antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa hasilnya memenuhi syarat linieritas dengan melihat nilai linearity. Nilai

signifikansi pada linearity  $< 0,10$ . Nilai signifikansi pada linearity sebesar  $0,000 < 0,10$ . Hal ini berarti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang linier.

### b) Uji Linieritas Harga

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel harga dan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Hasil uji linieritas harga dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Linieritas Harga**

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	49,799	6	8,300	5,798	,000
		Linearity	43,068	1	43,068	30,087	,000
		Deviation from Linearity	6,730	5	1,346	,940	,461
Within Groups			88,752	62	1,431		
Total			138,551	68			

Hasil uji linieritas antara harga dan kepuasan pelanggan berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa hasilnya memenuhi syarat linieritas dengan melihat nilai linearity. Nilai signifikansi pada linearity  $< 0,10$ . Nilai signifikansi pada linearity sebesar  $0,000$

< 0,10. Hal ini berarti harga dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang linier.

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Multikolinearitas

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

**Tabel 4. 10**

### Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10,774	4,365		2,468	,016		
Kualitas Pelayanan	1,091	,105	,797	10,385	,000	,966	1,035
Harga	-,102	,184	-,043	-,554	,581	,966	1,035

Berdasarkan tabel di atas nilai tolerance untuk variabel kualitas pelayanan ialah adalah  $0,966 > 0,10$ , variabel harga adalah  $0,966 > 0,10$ . Jadi dapat disimpulkan

bahwa nilai tolerance dari kedua independent variable lebih besar dari 0,10. Dari penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara independent variable.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF variabel kualitas pelayanan adalah  $1,035 < 10,00$  dan variabel harga sebesar  $1,035 < 10,00$ . Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua independent variable lebih kecil dari 10,00. Sehingga tidak terjadi multikolinearitas antara independent variable.

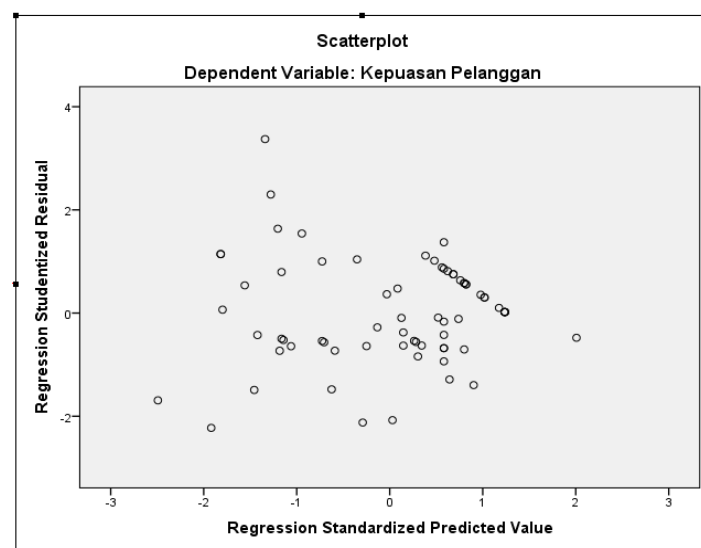
## 2) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedostisitas digunakan Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.2**  
**Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan gambar tersebut tidak ditemukan pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), sehingga disimpulkan tidak terjadinya heterokedastisitas.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari angket yang diberikan kepada responden masih berupa data ordinal. Peneliti mengubah data ordinal ke data interval dengan metode MSI (*Metode Successive*



*Interval*). Selanjutnya dapat diolah karena telah memenuhi syarat untuk uji regresi. Berikut ini hasil dari analisis regresi linier berganda:

**Tabe 4. 11**  
**Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,364	4,315		1,938	,000
Kualitas Pelayanan	1,075	,106	,785	10,133	,000
Harga	,042	,186	,018	2,227	,821

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Persamaan regresinya sebagai berikut:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$   
 Kepuasan Pelanggan =  $a + b_1$ Kualitas pelayanan +  $b_2$ Harga + e  
 Kepuasan Pelanggan 8,364 = 1,075 Kualitas pelayanan + Harga 0,042+ e

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien untuk variabel kualitas pelayanan

$b_2$  = Koefisien untuk variabel harga

$X_1$  = Kualitas pelayanan

$X_2$  = Harga

$e$  = Standard Error

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 8,364 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan harga dianggap konstan atau ditiadakan, maka kepuasan pelanggan pada PT. Batang Toru Jaya Raya adalah 8,364 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 1,075 artinya jika nilai/jumlah kualitas pelayanan dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya naik sebesar 1,075 satuan dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya, semakin tinggi kualitas pelayanan semakin meningkat kepuasan pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,042 artinya jika variabel harga dinaikkan sebesar 1 satuan maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,042 satuan dan

sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan, semakin tinggi harga akan mengakibatkan rendahnya kepuasan pelanggan PT.Batang Toru Jaya Raya.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berikut hasil dari uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>):

**Tabel 4.12**  
**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789 <sup>a</sup>	,623	,612	3,944

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

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dari tabel di atas diperoleh nilai 0,789 menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan sebesar 0,789 yang berarti jika di interpretasikan dari tabel nilai R, maka berada pada interpretasi dengan tingkat hubungan yang sedang. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,623 atau 62,3% yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh 62,3% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 37,7%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) ini digunakan untuk membuktikan terdapat atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,364	4,315		1,938	,000
Kualitas Peayanan	1,075	,106	,785	10,133	,000
Harga	,042	,186	,018	2,227	,821

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa dengan melihat dk (derajat kebebasan) =  $N-2$ , dimana N adalah jumlah data dalam penelitian ini ( $dk = 69-2=67$ ) sehingga ttabel dalam penelitian ini adalah sebesar 1,66. Berdasarkan hasil output di atas dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $10,133 > 1,66$  maka  $H_0$  diterima  $H_0$  ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT.Batang Toru Jaya Raya.

Sedangkan variabel harga sebesar  $2.227 > 1,66$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT.Batang Toru Jaya Raya.

c. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini melibatkan kedua variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam menguji ada tidaknya pengaruh secara simultan atau bersama-sama.

**Tabel 4.14**

**Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1700,795	2	850,397	54,891	,000 <sup>b</sup>
Residual	1022,510	66	15,493		
Total	2723,304	68			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa Fhitung sebesar 54,891, sedangkan Ftabel diperoleh dari rumus  $df = n-k-1$  atau  $69-2-1 = 66$  yaitu sebesar 2,37, dimana

$F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $F_{hitung} 54,891 > F_{tabel} 2,37$  maka  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Batang Toru Jaya Raya secara simultan.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa travel PT. Batang toru jaya raya.**

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa dengan melihat dk (derajat kebebasan) =  $N-2$ , dimana N adalah jumlah data dalam penelitian ini ( $dk = 69-2=67$ ) sehingga  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah sebesar 1,66. Berdasarkan hasil dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar  $10,133 > 1,66$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan travel PT. Batang toru jaya raya.

Selain itu penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ade syafitri maulana, Tri Astuti Handayani, Azrul Aziz, Muhammad Maksur dkk, Endah Nawangsari menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## **2. Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa travel PT. Batang toru jaya raya.**

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa dengan melihat dk (derajat kebebasan) =  $N-2$ , dimana N adalah jumlah data dalam penelitian ini ( $dk = 69-2=67$ ) sehingga ttabel dalam penelitian ini adalah sebesar 1,66. Berdasarkan hasil dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel harga sebesar  $2,227 > 1,66$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan travel PT. Batang toru jaya raya.

Penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan dan merasa nyaman maka pelanggan tidak akan berpikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan pelayanan tersebut. Selain itu penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ade syafitri maulana, Tri Astuti Handayani, Azrul Aziz, Muhammad Maksur menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa travel PT. Batang toru jaya raya.**

Berdasarkan hasil dari uji F yang telah dilakukan maka diketahui bahwa Fhitung diperoleh dari rumus  $df = n-k-1$  atau

$69-2-1 = 66$  yaitu sebesar 2,37, dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $F_{hitung}$  54,891  $>$   $F_{tabel}$  2,37 maka  $H_a$  diterima artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Batang Toru Jaya Raya secara simultan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ade syafitri maulana, Tri Astuti Handayani, Azrul Aziz, Muhammad Maksur dkk, menyatakan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **D. Keterbatasan Hasil Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, diantaranya :

1. Hasil ini menunjukkan bahwa selain kualitas pelayanan terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya. Peneliti hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan saja, padahal masih banyak lagi indikator yang menentukan kepuasan pelanggan.
2. Dalam proses pengambilan data, peneliti hanya melampirkan data tiga tahun terakhir dari tahun 2019 sampai 2021. Jumlah responden yang hanya 69 orang. Padahal masih banyak pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya tentunya masih kurang



untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan.

## BAB V

### PENUTUPAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya secara parsial, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,133 > 1,66$ ).
2. Terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya secara parsial, yang dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,227 > 1,66$ ).
3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Batang Toru Jaya Raya secara simultan, yang dibuktikan dengan  $F_{hitung} 54,891 > F_{tabel} 2,37$  dan berdasarkan koefisien determinasi kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh 62,3 % terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 28,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya. Ada beberapa saran yang diberikan

peneliti yaitu:

1. Bagi perusahaan disarankan agar lebih menerapkan dan memberikan pelayanan yang baik kepada Pelanggan. Karena hal ini akan menimbulkan kepuasan saat menggunakan jasa travel PT. Batang Toru Jaya Raya.
2. Untuk meningkatkan pelayanan PT. Batang Toru Jaya Raya harus memberikan pelayanan lebih ramah, sopan, survey pelanggan, meningkatkan mutu kualitas perusahaan secara terus menerus, mengukur dan memperbaiki kinerja karyawan dan perusahaan, serta memberikan hasil yang maksimal kepada PT. Batang Toru Jaya Raya.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah fakto-faktor lain dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti faktor keamanan, fasilitas, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah (1st Ed.)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Al-Mushlih, Abdullah dan Shalah Ash-Shawi. *Fiqih Ekonomi Keuangan Islam*, Diterjemahkan dari Ma La Yasa'ut Tajiru Jahluhu" oleh Abu Umar Basyir. Jakarta: Dar Al- Muslim Riyadh KSA, 2004.
- Aziz siregar, Azrul. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran Motor*. Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran Motor, 2019
- Departemen Agama RI. *Al-qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Bintang Indonesia.
- Faradilla Siahaan, Yanti. *Jangan Takut Menjadi Kaya*. Jakarta Timur: FOCUS Grahamedia, 2016.
- Hastuti Handayani, Tri. *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia di kota Solo*, (Skripsi Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia di kota Solo, 2018.
- Hurriyati, Ratin. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Imhar and Kurnaesih. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk. Kcp Tebet Timur," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 1, no. 1. January 13, 2022. <http://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/200>.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Bela jilid 2*, Diterjemahkan dari "Marketing Manajement" oleh Benyamin Molan Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2018.
- Nawangasasi, Endah dkk. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Natra Tour Dan Travel Di Surakarta*. *Jurnal Accounting* Vol.8. No 2. 2021.
- Mamang Sungadji, Eтта. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV AndiOffset, 2013.
- Maskur, Muhammad Nurul Qomariah dan Nursaidah. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas*

*pelanggan bengkel mobil Larasati Lumajang. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis. Volume VI. Nomor 2. 2019.*

Selling, Kamaruddin. *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Public*. Jawa Timur: Qiara Media, 2019.

Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2014.

Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2018.

Syarif Maulana, Ade. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI, 2016.

Tjiptono, Fandy. *Service Managemen Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* Yogyakarta: CV. Andi offset, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset, 2020.

Tisnawati Sule, Ernie dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen Edisi Kesatu*. Jakarta: Kencana, 2020.

Quraish Shihab, M. *Tafsir Al-Misbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-qur'an)*. Jakarta: Lentera Hati, 2012.

Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2017.

## **CURUCULUM VITAE**

### **(Daftar Riwayat Hidup)**

#### **DATA PRIBADI**

Nama : Diah Mala Sari

Nim : 18 402 00059

Tempat/ tanggal lahir : Duri / 17 April 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Anak Ke : 1 dari 1 bersaudara

Alamat : Pasar Lama, Kec. Batang Angkola, Kab. Tapanuli Selatan

Agama : Islam

#### **DATA ORANG TUA / WALI**

Nama Ayah : Alm. Panusunan Siregar

Pekerjaan : -

Nama Ibu : Siti Nagur Dalimunthe

Pekerjaan : Petani/Pekebun

Alamat : Pasar Lama, Kec. Batang Angkola, Kab. Tapanuli Selatan

#### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2006 -2012 : SD Negeri 100613 Pasar lama Kec. Batang Angkola

Tahun 2012-2015 : SMP Negeri 1 Batang Angkola

Tahun 2015-2018 : SMA Negeri 1 Batang Angkola

Tahun 2018-2022 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syari'ah UIN

Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

## SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Delima Sari Lubis, M.A.

NIP : 198405122014032002

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya."

Yang disusun oleh:

Nama : Diah Mala Sari

Nim : 18 402 00059

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

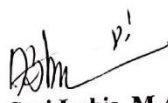
Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. ....
2. ....
3. ....

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

Padangsidempuan, 25 Mei 2022

Validator

  
**Delima Sari Lubis, M.A.**  
NIP. 198405122014032002

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* ( √ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1,2			
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	3,4			
Empati ( <i>Emphaty</i> )	5,6			
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	7,8			
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	9,10			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 25 Mei 2022

Validator



**Delima Sari Lubis, M.A.**  
**NIP. 198405122014032002**



**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* ( ✓ ) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pengalaman Pelanggan	1,2,3			
Memenuhi Kebutuhan Pelanggan	4,5,6			
Memuaskan Pelanggan	7,8,9			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 25 Mei 2022

Validator



**Delima Sari Lubis, M.A.**  
**NIP. 198405122014032002**

## ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan, saya :

Nama : Diah Mala Sari

NIM : 18 402 00059

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Padangsidempuan, 25 Mei 2022

Hormat Saya

**Diah Mala Sari**  
**Nim. 18 402 00059**

## Lampiran 1

### KUESIONER PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA TRAVEL PT. BATANG TORU JAYA RAYA

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Pelanggan PT. Batang Toru Jaya Raya

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya**”. Peneliti mengharapkan kejujuran responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian ini lebih akurat. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terima kasih.

#### A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda (√) pada alternatif pilihan jawaban dai pertanyaan yang ada sesuai dengan pendapat Saudara/i , berdasarkan keterangan berikut :

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Kurang Setuju (KS)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Jika sudah selesai harap kuesioner dikembalikan.

#### B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Umur :

3. Jenis Kelamin : a. Laki – Laki b. Perempuan

4. Pekerjaan : a. PNS b. Wiraswasta

c. Pengawai swasta d.

Pelajar/Mahasiswa

e. Lainnya

## B. PERNYATAAN KUESIONER

### 1. Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	S	S	K	T	ST
		S	S	S	S	S
	<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>					
1.	Saya merasa nyaman keberadaan petugas dalam travel PT.Batang Toru Jaya Raya					
2.	Saya merasa aman saat berada di dalam travel					
	<b>Empati (<i>Emphaty</i>)</b>					
3.	Karyawan bersikap ramah kepada penumpang					
4.	Karyawan mendahulukan kebutuhan penumpang					
	<b>Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
5.	Karyawan kurang cepat dalam melayani kebutuhan pelanggan					
6.	Karyawan mampu memberikan informasi yang jelas kepada penumpang					
	<b>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>					
7.	Karyawan lama dalam melayani penumpang membeli tiket					
8.	Letak lokasi PT.Batang Toru Jaya Raya strategis					
	<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>					
9.	Karyawan cepat tanggap dalam mengatasi keluhan penumpang					
10.	Karyawan selalu siap untuk dimintai bantuan					

### 2. Harga

No	Pernyataan	S	ST	K	T	ST
		S	S	S	S	S
1	Harga sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan PT. Batang Toru Jaya Raya					
2	Harga sesuai dengan fasilitas di					
3	Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan PT. Batang Toru Jaya Raya					
4	PT. Batang Toru Jaya Raya					

	memberikan promosi berupa potongan harga kepada pelanggan					
5	Harga sesuai dengan Kenyamanan yang diberikan PT. Batang Toru Jaya Raya					

### 3. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	S	ST	K	T	ST
		S	S	S	S	S
1	Saya merasa puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan PT.Batang Toru Jaya Raya					
2	Saya merasa puas dengan keamanan yang diberikan PT.Batang Toru Jaya Raya					
3	Saya merasa puas dengan keramahan karyawan kepada penumpang					
4	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan PT. Batang Toru Jaya Raya					
5	Saya kurang puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan PT.Batang Toru Jaya Raya					
6.	Saya merasa puas terhadap karyawan yang mampu memberikan informasi yang jelas					
7.	Saya kurang puas dengan pelayanan karyawan bagian pembelian tiket.					
8.	Saya puas dengan tempat loket PT.Batang Toru Jaya Raya yang strategis					
9.	Saya merasa puas terhadap karyawan yang cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan					
10.	Saya merasa puas dengan karyawan yang selalu siap untuk di mintai bantuan					

Batangtoru, 2022

Responden

(.....)

## Lampiran 2. Tabulasi Angket

### Tabulasi Angket Variabel Kualitas Pelayanan

ITEM PERTANYAAN KUALITAS PELAYANAN										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	JUMLAH
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
1	2	2	2	2	3	3	3	3	1	22
3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	33
3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33
1	1	3	2	3	3	2	2	3	3	23
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	32
3	3	4	4	2	4	4	4	3	2	33
3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	31
3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	18
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	4	4	4	2	3	3	3	2	2	29
2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	21
3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	25
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
2	3	3	3	2	2	3	3	2	1	24
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	28
3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	32
2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	24
3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	24
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	26
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	24
2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	21

3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	27
2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26
3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	24
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	32
2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	26
1	1	3	2	3	3	2	2	3	3	23
3	1	2	3	3	3	2	2	2	3	24
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	26
3	3	3	4	2	4	4	4	3	2	32
3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	31
3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	23
3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	21
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	22
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34
213	200	200	198	189	205	198	203	209	209	2024

### Tabulasi Angket Variabel Harga

Item pernyataan					Jumlah
1	2	3	4	5	
3	4	3	4	4	18
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	3	13
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	5	3	3	3	18
3	4	4	4	5	20
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	5	24
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20



5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
3	3	3	3	3	15
3	4	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19
3	4	3	4	4	18
3	4	3	4	4	18
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
3	4	4	4	4	19
5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	5	5	4	21
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20

### Tabulasi Angket Variabel Kepuasan Pelanggan

ITEM PERTANYAAN KEPUASAN PELANGGAN										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	42
3	5	4	4	3	4	5	3	5	3	39
3	5	4	4	3	5	3	3	3	3	36
3	5	4	3	3	2	1	3	1	3	28
3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	40
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	37
5	5	5	4	3	5	4	2	4	3	40
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	47
3	4	3	3	4	2	3	4	2	4	32
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
3	5	5	3	4	5	5	3	3	4	40
3	4	4	5	5	5	5	5	3	5	44
4	4	5	3	5	4	4	3	3	5	40
3	3	4	3	1	2	2	2	1	1	22
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	41
5	4	3	3	4	4	4	5	3	4	39
3	3	4	3	1	2	1	4	1	1	23
5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	42
5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	43
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	42
4	3	2	2	3	4	3	4	4	3	32
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	31
5	5	5	4	3	5	4	5	4	3	43
3	4	3	3	4	2	3	5	2	4	33
3	4	5	3	5	3	3	4	3	5	38
4	3	2	2	3	4	3	5	4	3	33
4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
3	4	3	3	4	2	3	5	2	4	33
5	4	3	3	4	4	4	2	3	4	36
4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	35

5	5	5	4	3	5	4	3	4	3	41
5	5	5	4	3	5	4	3	4	3	41
5	5	5	4	5	4	2	2	3	5	40
3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	43
4	3	2	2	3	4	3	4	4	3	32
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	35
5	5	5	4	3	5	4	3	4	3	41
5	5	5	4	5	4	2	2	3	5	40
3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	43
4	3	2	2	3	4	3	4	4	3	32
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	35
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
297	310	303	255	283	275	276	275	255	282	2811

### Lampiran 3. Uji Validitas

#### 1. Kualitas Pelayanan

		X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	Total
X1	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	1	,6 02 **	,2 74 *	,3 71 **	,3 49 **	,1 83 **	,3 02 *	,4 10 **	,4 67 **	,660 **	,708**
			,0 00	,0 23	,0 02	,0 03	,1 32	,0 12	,0 00	,0 00	,000	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,6 02 **	1	,4 95 **	,5 73 **	,3 48 **	,3 01 *	,5 73 **	,7 28 **	,5 81 **	,448 **	,821**
				,0 00	,0 00	,0 03	,0 12	,0 00	,0 00	,0 00	,000	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X3	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,2 74 *	,4 95 **	1	,7 68 **	,1 79 **	,2 94 *	,6 51 **	,5 66 **	,3 00 *	,117	,607**
					,0 00	,1 41	,0 14	,0 00	,0 00	,0 12	,338	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X4	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,3 71 **	,5 73 **	,7 68 **	1	,2 51 *	,4 23 **	,8 32 **	,7 22 **	,3 24 **	,184	,721**
						,0 38	,0 00	,0 00	,0 00	,0 07	,131	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X5	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,3 49 **	,3 48 **	,1 79 **	,2 51 *	1	,3 01 *	,2 51 *	,2 67 **	,4 54 **	,622 **	,579**
							,0 12	,0 38	,0 27	,0 00	,000	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X6	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,1 83 **	,3 01 *	,2 94 *	,4 23 **	,3 01 *	1	,4 71 **	,3 98 **	,4 54 **	,273	,561**
								,0 00	,0 01	,0 00	,023	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X7	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,3 02 *	,5 73 **	,6 51 **	,8 32 **	,2 51 *	,4 71 **	1	,8 16 **	,4 63 **	,149	,733**
									,0 00	,0 00	,222	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X8	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,4 10 **	,7 28 **	,5 66 **	,7 22 **	,2 67 *	,3 98 **	,8 16 **	1	,5 85 **	,323 **	,808**
										,0 00	,007	,000
		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X9	Pearson Correlati on	,4 67 **	,5 81 **	,3 00 *	,3 24 **	,4 54 **	,4 54 **	,4 63 **	,5 85 **	1	,565 **	,771**

	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,012	,007	,000	,000	,000	,000		,000		,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69		69
X10	Pearson Correlation	,660**	,448**	,117	,184	,622**	,273*	,149	,323**	,565**	1		,675**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,338	,131	,000	,023	,222	,007	,000			,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69		69
Total	Pearson Correlation	,708**	,821**	,607**	,721**	,579**	,561**	,733**	,808**	,771**	,675**		1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69		69

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

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

## 2. Harga

### Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	,593**	,685**	,533**	,546**	,801**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	69	69	69	69	69	69
X2	Pearson Correlation	,593*	1	,459**	,878**	,852**	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	69	69	69	69	69	69
X3	Pearson Correlation	,685*	,459**	1	,586**	,538**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	69	69	69	69	69	69
X4	Pearson Correlation	,533*	,878**	,586**	1	,901**	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	69	69	69	69	69	69
X5	Pearson Correlation	,546*	,852**	,538**	,901**	1	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	69	69	69	69	69	69



	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y6	Pearson Correlation	,42 2**	,38 7**	,36 6**	,48 8**	,23 5	1 4**	,51 8	- ,03 0**	,68 0**	,236	,578**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 1	,00 2	,00 0	,05 2		,00 0	,75 9	,00 0	,051	,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y7	Pearson Correlation	,53 4**	,55 2**	,49 8**	,54 6**	,64 3**	,51 4**	1 7**	,49 7**	,65 4**	,660**	,871**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,000	,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y8	Pearson Correlation	,26 8*	,19 0	,09 1	,08 2	,41 8**	- ,03 8	,49 7**	1 9	,14 9	,420**	,470**
	Sig. (2- tailed)	,02 6	,11 8	,45 7	,50 5	,00 0	,75 9	,00 0		,22 1	,000	,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y9	Pearson Correlation	,47 2**	,35 4**	,29 5*	,47 3**	,38 2**	,68 0**	,65 4**	,14 9	1 9	,380**	,672**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 3	,01 4	,00 0	,00 1	,00 0	,00 0	,22 1		,001	,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y10	Pearson Correlation	,41 0**	,52 4**	,48 4**	,48 8**	,99 3**	,23 6	,66 0**	,42 0**	,38 0**	1	,815**
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,05 1	,00 0	,00 0	,00 1		,000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Total	Pearson Correlation	,68 3**	,74 7**	,70 4**	,72 9**	,81 5**	,57 8**	,87 1**	,47 0**	,67 2**	,815**	1
	Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

#### Lampiran 4. Uji Reliabilitas

##### Reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan

###### Reliabilitas Statistic

Cronbach's Alpha	N of items
,878	10

##### Reliabilitas variabel Harga

###### Reliabilitas Statistic

Cronbach's Alpha	N of items
,905	5

##### Reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan

###### Reliabilitas Statistic

Cronbach's Alpha	N of items
,888	10

#### Lampiran 5. Uji Normalitas

##### One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,88676532
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,070
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance



## Lampiran 6. Uji Linieritas

### Uji Linieritas variabel Kualitas Pelayanan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan* Kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	388,700	11	35,336	10,653	,000
		Linearity	337,923	1	337,923	101,877	,000
		Deviation from Linearity	50,777	10	5,078	1,531	,152
	Within Groups		189,068	57	3,317		
Total			577,768	68			

### Uji Linieritas variabel Harga

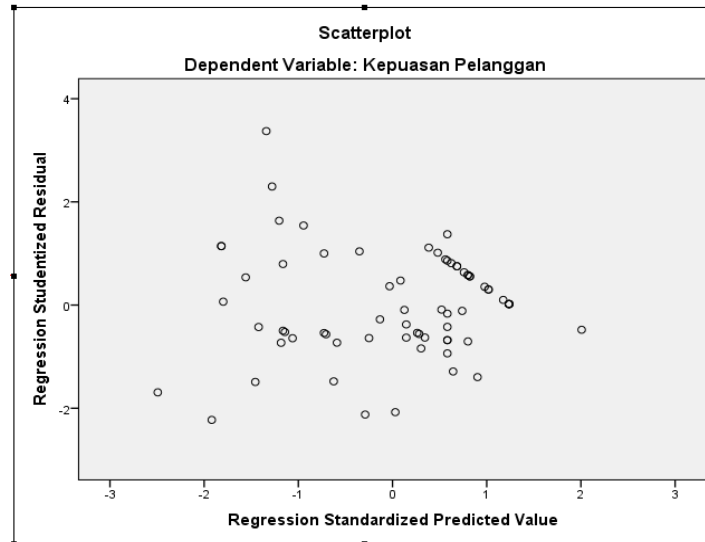
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan* Harga	Between Groups	(Combined)	49,799	6	8,300	5,798	,000
		Linearity	43,068	1	43,068	30,087	,000
		Deviation from Linearity	6,730	5	1,346	,940	,461
	Within Groups		88,752	62	1,431		
Total			138,551	68			

## Lampiran 7. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,774	4,365		2,468	,016		
	Kualitas Pelayanan	1,091	,105	,797	10,385	,000	,966	1,035
	Harga	-,102	,184	-,043	-,554	,581	,966	1,035

### Lampiran 8. Uji Heterokedastisitas



### Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,364	4,315		1,938	,000
Kualitas Peayanan	1,075	,106	,785	10,133	,000
Harga	,042	,186	,018	2,227	,821

### Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789 <sup>a</sup>	,623	,612	3,944

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

### Lampiran 11 Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,364	4,315		1,938	,000
Kualitas Peayanan	1,075	,106	,785	10,133	,000
Harga	,042	,186	,018	2,227	,821

### Lampiran 12 Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1700,795	2	850,397	54,891	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1022,510	66	15,493		



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 3224/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

29 Desember 2021

Yth. Bapak/Ibu;


1. Delima Sari Lubis : Pembimbing I
2. Adanan Murroh Nasution : 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 : Diah Mala Sari  
NIM : 1840200059  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batang Toru Jaya Raya.

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 Ekonomi dan Bisnis Islam.



# PT. BATANGTORU JAYA RAYA (PT. BAJAR)

Kantor Pusat : Jln. Padang Sidempuan - Sibolga Km. 29,5 - Desa Hapesong Baru  
Kec. Batangtoru Kab. Tapanuli Selatan Kd. Pos. 22738

Batangtoru, 27 Juni 2022

Nomor : 06/SK/PT. BAJAR/VI/2022  
Lampiran : 1 berkas  
Perihal : Balasan Surat Izin Riset

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidempuan  
Di  
Padangsidempuan

Dengan hormat,

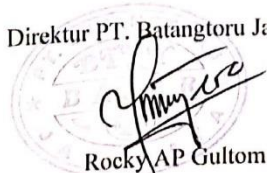
Sehubungan dengan surat Saudari Nomor. 1635/ln. 14/G.1/G.4c/TL.00/06/2022 pada tanggal 08 Juni 2022, perihal Mohon Izin Riset. Dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama : Diah Mala Sari  
NIM : 1840200059  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Nama tersebut diatas benar telah menyelesaikan penelitian (Riset) dengan judul " Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Travel PT. Batangtoru Jaya Raya".

Demikian kami sampaikan surat keterangan ini, dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Direktur PT. Batangtoru Jaya Raya



Rocky AP Gultom



Foto dokumentasi Lokasi penelitian Pt. Batang Toru Jaya Raya



Foto dokumentasi bersama karyawan Pt. Batang Toru Jaya Raya



**Foto dokumentasi Pengisian Kuesioner**