

PENGARUH TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH JASA TRANSPORTASI PO. SUMBER ALAM

Budi Fermansah¹, Dr. Hari Susanta, S.Sos, Msi² & Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB³
Email : Fermansahbudi@yahoo.co.id

Jurnal Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang

ABSTRACT

PO. Sumber Alam is a private company in the field of transport services are in Kutoarjo. The role of PO. Sumber Alam are very important in helping people who will be traveling to Jakarta or Yogja. PO. Sumber Alam is committed to serve passengers as well as possible so that passengers feel satisfaction with the services toward PO Sumber Alam. The study was conducted in the PO. Sumber Alam Kutoarjo on passenger buses sumber alam Jakarta to Yogyakarta. Based on data obtained it can be seen that in January 2013-March 2014 the last passenger quota provided by the PO. Sumber Alam are not fully charged. This study aims to determine the effect of fare and quality of service to passengers decision in choosing transportation services PO. Sumber Alam. The sample size in this study is as many as 100 respondents were obtained by using the formula Slovin with the characteristics of the selected respondents had used the Sumber Alam bus service at least twice. The sampling technique used was purposive sampling. The primary data obtained from the questionnaire that has been proposed to obtain a complete picture of what is needed. The analysis in this study is known by calculation software applications (software) SPSS 16 for Windows where the process and results of data analysis as a unit step in hypothesis testing.

Keywords: *Fares, Quality Service, Purchase Decision*

ABSTRAK

PO. Sumber Alam merupakan perusahaan swasta di bidang transportasi jasa yang berada di Kutoarjo. Peran PO. Sumber Alam sangat penting dalam membantu masyarakat yang akan bepergian ke Jakarta atau Yogja. PO. Sumber Alam memiliki komitmen yaitu melayani penumpang dengan sebaik-baiknya supaya penumpang merasakan kepuasan terhadap layanan PO. Sumber Alam. Penelitian dilakukan di PO. Sumber Alam Kutoarjo pada penumpang bus sumber alam tujuan Yogyakarta-Jakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa dalam Bulan Januari 2013-Maret 2014 terakhir kuota penumpang yang disediakan oleh pihak PO. Sumber Alam tidak terisi penuh. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa transportasi PO. Sumber Alam. Besar sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin dengan karakteristik responden yang dipilih sudah pernah menggunakan layanan bus sumber alam minimal sebanyak dua kali. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Data primer tersebut diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diajukan untuk mendapatkan gambaran lengkap yang dibutuhkan. Analisis dalam penelitian ini diketahui dengan perhitungan aplikasi perangkat lunak (software) SPSS 16 for Windows dimana proses dan hasil analisis data sebagai kesatuan langkah dalam pengujian hipotesis.

Kata Kunci : Tarif, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

¹Budi Fermansah, Mahasiswa Administrasi Bisnis Undip, Fermansahbudi@yahoo.co.id

² Dr. Hari Susanta, S.Sos, MSi, Dosen Administrasi Bisnis Undip

³ Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB, Dosen Administrasi Bisnis Undip

1. Pendahuluan

Kebutuhan sarana transportasi umum merupakan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang sesuai dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat. Masyarakat sangat membutuhkan sarana transportasi umum seperti pesawat, kapal laut, ASDP (Angkutan Sungai, Danau dan Perairan), juga transportasi darat yang paling banyak dijumpai seperti kereta api, bus, angkutan kota, ojek, taksi, dan lain-lain. Salah satu transportasi yang banyak diminati masyarakat adalah sarana transportasi darat seperti bus. Hal ini disebabkan karena transportasi darat sangat mudah diakses dan sering dijumpai, apalagi transportasi darat berjenis bus. Bus sendiri juga memiliki banyak jenis mulai dari bus trayek dalam kota, bus AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi), bus pariwisata, bus AKAP (Antar Kota Antar Provinsi).

Bus AKAP merupakan bus yang melayani berbagai macam trayek antar kota antar provinsi seperti PO. Rosalia Indah, PO. Sumber Alam, PO. Sinar Jaya, PO. Maju Lancar, PO. Nusantara, PO. Ramayana, PO. Kramat Djati. Dengan adanya berbagai macam varian bus yang ada konsumen dihadapkan oleh berbagai macam pilihan untuk memilih yang cocok guna mencapai tujuan. Setiap perusahaan pasti memiliki cara agar bisa menarik konsumen untuk menggunakan jasa rute otobus tersebut di antaranya menjaga kualitas dari fasilitas yang ditawarkan, merenovasi armada bus sehingga terlihat baru, memberikan kemudahan dalam memperoleh tiket melalui agen tiket di pedesaan serta menetapkan tarif yang murah supaya terjangkau oleh semua konsumen. Untuk bisa menjamin kualitas pelayanan yang baik maka perlu diperhatikan seperti keramah tamahan para karyawan, sopir dan kernet bus dalam melayani para penumpang sehingga konsumen bisa merasakan kepuasan dan merasa nyaman dalam menggunakan jasa dari Perusahaan Otobus tersebut. Apabila PO tersebut berhasil membangun kepuasan konsumen, maka konsumen akan loyalitas terhadap perusahaan.

Menurut Salim (2006:46) tarif angkutan adalah suatu daftar yang memuat harga-harga untuk para pemakai jasa angkutan yang disusun secara teratur. PO. Sumber Alam

menjaga konsistensi tarifnya sehingga tarifnya supaya tetap, lagi ketika bahan bakar naik maka tarif yang konsisten tersebut bisa naik tergantung pada kenaikan bahan bakar.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses untuk mengambil keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk diteliti sebab ketika menciptakan suatu produk, perusahaan berharap agar konsumen membeli produk tersebut dengan frekuensi tinggi, membeli produk tersebut dalam jumlah banyak serta perusahaan berharap agar nilai pembelian tinggi karena dengan begitu volume penjualan perusahaan akan meningkat sehingga keuntungan menjadi besar. Faktor-faktor mendasari keputusan pembelian konsumen diantaranya meliputi faktor tarif dan kualitas pelayanan. Tarif yang sesuai dengan kualitas, manfaat yang dirasakan konsumen apabila ia mengkonsumsinya, pelayanan yang memudahkan proses transaksi serta memuaskan konsumen apabila semua itu dapat dipadukan secara selaras dan seimbang maka akan berakibat positif terhadap angka penjualan perusahaan.

Tarif/harga adalah salah satu faktor penting untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu jasa. Tarif/harga didefinisikan sebagai sejumlah uang atau barang yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Menurut sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa yang dikonsumsi oleh konsumen. Apabila Tarif/harga ditetapkan terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk atau jasa, maka konsumen akan dengan mudah beralih kepada perusahaan transportasi lainnya yang menawarkan harga yang lebih rasional. Selain faktor tarif/harga, keunggulan bersaing sebuah perusahaan jasa dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Perusahaan seharusnya mampu memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi dari pesaing secara konsisten. Suatu pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut memenuhi atau melebihi ekspektasi

(harapan) kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Pemberian pelayanan berkualitas akan mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan kuat antara pelanggan dengan perusahaan membantu perusahaan dalam memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, maka perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pada akhirnya kepuasan pelanggan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang.

2. Kajian Pustaka

a. Tarif

Menurut Salim (2006:46) tarif angkutan adalah suatu daftar yang memuat harga-harga untuk para pemakai jasa angkutan yang disusun secara teratur

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah Suatu kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan (Rangkuti, 2003:26-27)

c. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah Tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. sebelum transaksi dilakukan terdapat proses-proses yang terjadi dan senantiasa menyertai setiap pembelian yakni pertimbangan-pertimbangan (Kotler&Amstrong, 2003:227).

3. Hipotesis

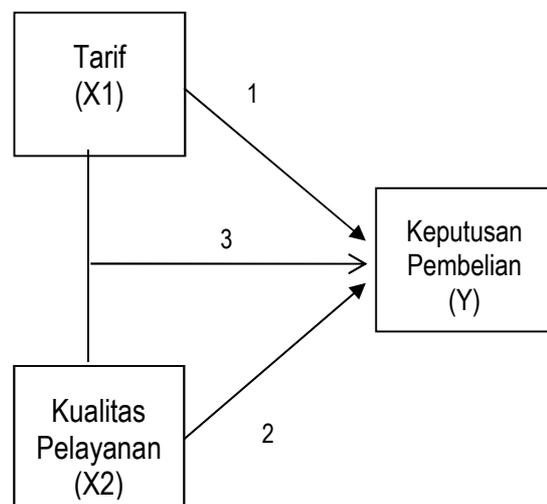
Menurut Sugiyono (2008:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Hipotesis ini nanti yang akan diuji sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh antara tarif/harga terhadap keputusan pembelian.
2. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
3. Ada pengaruh antara tarif/harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Untuk memperjelas rumusan hipotesis di atas, maka berikut ini disajikan skema hubungan hipotesis tersebut yaitu :

Gambar 1
Kerangka Hipotesis



4. Metode Penelitian

a. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory* atau penjelasan, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

b. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini sekaligus unit analisis dalam penelitian ini adalah penumpang bus eksekutif sumber alam sebanyak 43.888 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dan termasuk dalam teknik *Purposive Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi

setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan berbagai tujuan atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005 : 76). Menurut Donald R. Cooper dan C. William Emory, dituliskan bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sampel, mengasumsikan bahwa populasi adalah tak terbatas. Jadi, populasi berjumlah 5000 orang secara kasar diambil menjadi sampel sebanyak 100 orang, mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil dari 200 juta populasi (Cooper, Donald.R., 1995 : 221). Maka penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 responden.

c. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.

3. Wawancara

Wawancara yaitu tanya jawab langsung kepada pihak perusahaan guna memperoleh data atau keterangan yang diperlukan.

4. Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti.

d. Uji Validitas dan Realibilitas

Instrumen yang valid dan reliabel dibutuhkan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja

yang seharusnya diukur. Reliabel berarti jika instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Uji validitas dan reliabilitas perlu diadakan pada alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator dalam penelitian ini semuanya menggunakan alat bantuan program komputer *SPSS (Statistical Programme For Social Science) For Windows* versi 16.0

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,508	0,196	Valid
Pertanyaan 2	0,385	0,196	Valid
Pertanyaan 3	0,385	0,196	Valid
Pertanyaan 4	0,364	0,196	Valid
Pertanyaan 5	0,269	0,196	Valid
Pertanyaan 6	0,429	0,196	Valid
Pertanyaan 7	0,334	0,196	Valid
Pertanyaan 8	0,605	0,196	Valid
Pertanyaan 9	0,549	0,196	Valid
Pertanyaan 10	0,577	0,196	Valid
Pertanyaan 11	0,616	0,196	Valid
Pertanyaan 12	0,505	0,196	Valid
Pertanyaan 13	0,542	0,196	Valid
Pertanyaan 14	0,622	0,196	Valid
Pertanyaan 15	0,394	0,196	Valid
Pertanyaan 16	0,542	0,196	Valid
Pertanyaan 17	0,596	0,196	Valid
Pertanyaan 18	0,611	0,196	Valid
Pertanyaan 19	0,482	0,196	Valid
Pertanyaan 20	0,225	0,196	Valid
Pertanyaan 21	0,274	0,196	Valid
Pertanyaan 22	0,482	0,196	Valid
Pertanyaan 23	0,549	0,196	Valid
Pertanyaan 24	0,584	0,196	Valid
Pertanyaan 25	0,486	0,196	Valid
Pertanyaan 26	0,582	0,196	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2014

e. Metode Analisis

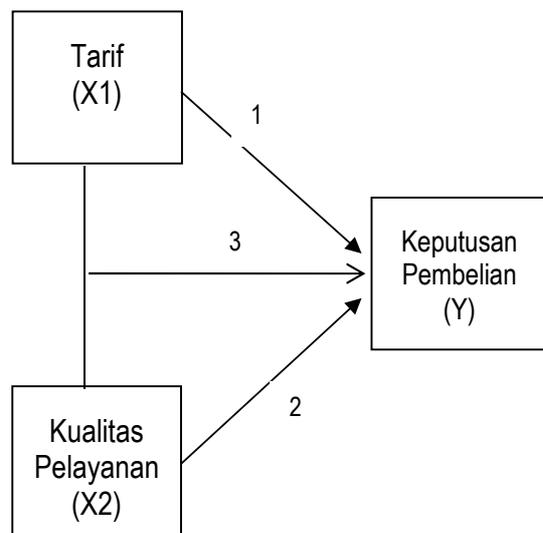
Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, Analisis Inferensial, crosstab, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linier berganda.

Pengujian hipotesis menggunakan Uji signifikansi individual (statistik t).

5. Hasil penelitian

Setelah melakukan pengolahan data diperoleh hasil yang menjelaskan hubungan antara variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka berikut gambar hasil perhitungan statistik variabel- variabel tersebut.

Gambar 2
Hasil perhitungan statistika



Keterangan:

1. $R = 0,099$; $R\text{ Square } (R^2) = 0,010$
 $Y = 18,152 + -0,109 X1$
2. $R = 0,647$; $R\text{ Square } (R^2) = 0,418$
 $Y = 988 + 0,223 X2$
3. $R = 0,649$; $R\text{ Square } (R^2) = 0,410$
 $Y = 2,120 + -0,66 X1 + 0,222 X2$

Perhitungan R menunjukkan seberapa erat hubungan asosiasi variabel X dan variabel Y, sedangkan $R\text{ square } (R^2)$ menunjukkan besarnya persentase variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel X. Persamaan regresi menunjukkan sifat pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y. Sehingga perhitungan statistika di atas dapat dijelaskan dalam pernyataan berikut ini.

1. Kekuatan asosiasi (hubungan) antara variabel tarif dengan variabel keputusan pembelian adalah sangat lemah dan sebesar 1,0 persen variasi yang terjadi pada variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh

variabel tarif. Pengaruh yang diberikan variabel tarif terhadap variabel keputusan pembelian bersifat positif.

2. Kekuatan asosiasi (hubungan) antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel keputusan pembelian adalah cukup dan sebesar 41,8 persen variasi yang terjadi pada variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian bersifat positif.

3. Kekuatan asosiasi (hubungan) antara variabel *independent* (X1 dan X2) dengan variabel *dependent* (Y) adalah kuat dan sebesar 41 persen variasi yang terjadi pada variabel keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel tarif dan kualitas pelayanan. Pengaruh yang diberikan variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) bersifat positif.

6. Pembahasan

Setelah dilakukan perhitungan terhadap pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan pembelian tiket sumber alam didapatkan hasil bahwa kedua variabel baik tarif maupun kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dilihat dari r hitung lebih besar dari r tabel dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang lebih besar dari pada tarif. Hal ini dapat dilihat melalui hasil perhitungan kolerasi product moment yang sudah dibahas pada analisa pengaruh tarif dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Kolerasi product moment tarif terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 0,099. Ini berarti terdapat hubungan yang positif sebesar 0,099 antara tarif dan pengambilan keputusan pembelian. Kolerasi product moment kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 0,647. Ini berarti terdapat hubungan yang positif sebesar 0,647 antara kualitas pelayanan dan pengambilan keputusan. Hubungan positif menunjukkan semakin sering tarif turun dan kualitas pelayanan ditentukan oleh daya tahan, fungsinya dan kegunaannya, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan terpercaya maka

konsumen akan selalu mengingat produk tersebut maka semakin besar pula motivasi konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian.

Nilai koefisien determinasi (Kd) tarif terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 0,010% mengartikan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 0,010% dan sisanya sebesar 0,090 dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti potongan tarif. Nilai koefisien determinasi (Kd) kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 41,8% mengartikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti mesin, daya tahan, dan fungsinya. Ini mengartikan bahwa di dalam aktivitas perusahaan tidak hanya bergantung pada harga dan kualitas pelayanan saja, karena harga dan kualitas pelayanan hanya memberikan pengaruh masing-masing sebesar 0,010% dan 58,2% dan sisanya perusahaan harus melakukan aktivitas-aktivitas lainnya yang dapat memberikan kontribusi terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Nilai uji t yang menjelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri (parsial) pada analisis di atas menjelaskan bahwa masing-masing variabel memberikan pengaruh. Nilai uji t variabel tarif terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar -0,989 lebih kecil dari nilai t tabel sehingga kolerasi antara variabel tarif dan pengambilan keputusan pembelian dinyatakan signifikan. Sedangkan nilai uji t variabel kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian sebesar 8.391 lebih besar dari nilai t tabel sehingga kolerasi antara variabel kualitas pelayanan dan pengambilan keputusan pembelian dinyatakan signifikan. Dari perolehan di atas terlihat bahwa kedua variabel yaitu variabel harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan.

Dengan uji F untuk mengetahui hasil dari pengaruh variabel tarif dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian diketahui sebesar 35.369. Sehingga menjelaskan bahwa variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan

keputusan pembelian mempengaruhi secara signifikan, karena F hitung lebih besar dari F tabel. Perhitungan regresi linear berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel tarif dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Berdasarkan perhitungan tersebut didapat persamaan regresi $Y = 2,120 + -0,066 X_1 + 0,222 X_2$ Ini dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian yang ditunjukkan koefisien regresi sebesar 2,120 dan variabel tarif berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan pembelian yang dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar -0,066 dan Konstanta (nilai a) sebesar 2,120 dapat dilihat bahwa variabel harga (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) nilainya sama dengan nol, maka pengambilan keputusan pembelian (Y) bernilai 2,120.

Koefisien regresi variabel tarif (X1) sebesar -0,066 dapat diartikan bahwa jika mengalami peningkatan harga melalui variabel harga atau penambahan 1 dari variabel peningkatan harga, maka akan menurunkan pengambilan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,066. Sedangkan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,222 yang berarti bahwa jika mengalami peningkatan harga melalui variabel kualitas pelayanan atau penambahan 1 dari variabel harga di kualitas pelayanan maka akan meningkatkan pengambilan keputusan pembelian (y) sebesar 0,222 maka peningkatan tersebut dapat dilakukan dengan daya tahan mesin, fungsinya dan kegunaannya, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut sehingga mempengaruhi masyarakat sehingga tertarik dan melakukan pengambilan keputusan menggunakan jasa sumber alam sebesar 0,222.

7. Kesimpulan

1. Tarif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya apabila tarif di naikkan maka keputusan pembelian menurun, begitu pula sebaliknya. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,010 persen. Hal ini berarti 0,010 persen variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel tarif. Nilai koefisien korelasi 0,099 menunjukkan

kekuatan hubungan antara tarif dan keputusan pembelian sangat lemah, artinya apabila tarif dinaikan, maka keputusan pembelian juga menurun. Pengaruh langsung tarif terhadap keputusan pembelian sebesar -0,109. Artinya, setiap penurunan 1 satuan tarif akan meningkatkan keputusan pembelian, begitu pula sebaliknya. Nilai t penelitian $(-0,989) < t$ tabel $(1,984)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak ada hubungan linier antara tarif dengan keputusan pembelian. Kemudian, besarnya pengaruh tarif terhadap keputusan adalah sebesar -0,099 atau -9,9% dianggap tidak signifikan.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya apabila kualitas pelayanan PO. Sumber Alam semakin ditingkatkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,418 persen. Hal ini berarti 0,418 persen variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Nilai koefisien korelasi 0,647 menunjukkan kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian yang kuat, artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan lebih baik lagi, maka keputusan pembelian juga meningkat. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,223. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar, begitu pula sebaliknya. Nilai t penelitian $(8,391) > t$ tabel $(1,984)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis satu berbunyi "kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara tarif, kualitas pelayanan, terhadap keputusan pembelian. Terdapat hubungan yang positif antara tarif, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila tarif, kualitas pelayanan semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Nilai koefisien korelasi 0,649 yang menunjukkan kekuatan hubungan antara tarif, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian yang kuat, artinya setiap perubahan baik meningkat atau menurun pada tarif, kualitas pelayanan, akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan keputusan pembelian yang lebih besar. Nilai F hitung $> F$ Tabel, $35,369 >$

2,70 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima.

8. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian maka menetapkan tarifnya sesuai dengan kemampuan finansial penumpang, membandingkan tarif dengan tarif bus lain yang melayani trayek sejenis, dan menetapkan tarif sesuai dengan kualitasnya sehingga bisa meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian maka kualitas pelayanan di PO. Sumber Alam juga ditingkatkan misalnya meningkatkan kualitas karyawan sumber alam dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan atau training intensif yang akan meningkatkan keterampilan dan kecepatan dalam melakukan pelayanan, ketepatan waktu yang ditempuh perlu ditingkatkan. Mengingat saat ini masih sering ditemui keterlambatan keberangkatan atau kedatangan bis dari jadwal yang telah ditentukan sebelumnya. Sebaiknya pihak Manajemen sumber alam perlu untuk mengevaluasi atau memperbaiki kembali jadwal yang telah disusun, perbaikan dimensi berwujud yang ada pada bus dapat diwujudkan dengan menjaga kebersihan eksterior dan interior sumber alam, mengganti kondisi tempat duduk yang sudah rusak atau kurang layak pakai, memperbaiki Air conditioner yang sudah rusak serta membersihkan kamar kecil sehingga penumpang yang ingin menggunakannya merasa nyaman dan sebagainya.

3. Berdasarkan hasil penelitian, variabel tarif dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena tarif dan kualitas pelayanan bisa mempengaruhi peningkatan maupun penurunan keputusan pembelian. Oleh karena itu pihak manajemen PO. Sumber Alam

menetapkan tarif yang sewajarnya dan tingkatkan kualitas pelayanannya misalnya dalam kepedulian karyawan itu masih rendah kepada penumpang maka harus ditingkatkan supaya penumpang kalau membutuhkan bantuan langsung sigap sehingga penumpang merasa puas terhadap pelayanannya.

9. Daftar Pustaka

- Adi, Prasetyo. (2008). Analisis Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT Kaffah Yogyakarta, <http://idb4.wikispaces.com>.
- Atsatalada, Nanda. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi PO. Sumber Alam. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Atep, Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Boyn, Walker dan Larreche, (2000). Manajemen Pemasaran (suatu pendekatan strategi dengan orientasi global), Edisi kedua jilid 1, erlangga, Jakarta.
- Cooper, David R dan Emory, C. William, (1995). Metode Penelitian Bisnis. Jilid 1 Erlangga, Jakarta
- Engel, J.F., R.D, Blackwell, and P.W, Miniard, 1994. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara.
- <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/10/31/fktr-pngarh-keputusan-pmblian>. Diunduh pada tanggal 3 Juli pukul 20.00 WIB.
- <http://tentangpelayananpublik.blogspot.com/2011/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>.
- <http://friy-grandonk.blogspot.com/2011/10/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan.html>.
- Iman mulyana dwi suswandi. Keputusan pembelian. <http://Www.e-iman.uni.cc>.
- Kartajaya, Hermawan.2006. *On Service*. Bandung: Mizan.
- Kotler, Philip. 1994. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian . Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. 2000. Marketing Management The Millenium Edition, Ten Edition. USA: Prentice-Hall,Inc.
- Kotler, Philip, (2003). The Art of Building Customer Value, LPMB, Jakarta.
- Kotler philip, (2005). Manajemen pemasaran edisi kesebelas jilid 1, erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. Marketing Management, edisi 8, Prentice Hall, New Jersey.
- Lovelock, Christopher, (2003), Service marketing,Internasional Edition, Fourth Edition, Prentice Hall Internasional, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat, (2001). Manajemen pemasaran jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi Rambat & Hamdani A. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta ; Salemba Empat
- Lembang, Rosvita Dua. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Moenir, HAS. 2000. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nisa, Risa Chaerun. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Wanita Dalam Membeli Produk Fashion Di Ramayana Departement Store Simpang Lima Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Pamungkas, Tunggul Joko. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Nusantara Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Pamujjo, Novian Yuga. Analisis Pengaruh Atribut, Bauran Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Merchandise. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). Perilaku konsumen (konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran), edisi pertama, Prenada medis Group, Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Swasta, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Swadono, Bimo Aryo. Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Bus Antar Kota Antar Provinsi Sumber Alam. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sulistiono, Arif Budi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sarwono, Jonathan.2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Salim, H.A. Abbas, (2006). Manajemen Transportasi, PT. Rajagrafindo, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wijayanti, Endang. Pengaruh harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.