

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus A.L.S

Andrian Harianto<sup>1</sup>, Melisa Zuriani Hasibuan<sup>2</sup>

Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan

Corresponding Author: ✉ [andrevivo734@gmail.com](mailto:andrevivo734@gmail.com)

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap minat beli tiket penumpang Bus A.L.S. Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 2,914 + 0,186X_1 + 0,772X_2$ . Pada uji parsial (Uji t) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung > t tabel ( $2,223 > 1,984$ ) dan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$  dan variabel tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung > t tabel ( $9,325 > 1,998$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji signifikan simulatif (Uji F) variabel kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai F hitung > F tabel ( $286,977 > 3,09$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,855, artinya variabel minat beli dapat dijelaskan sebesar 85,5% oleh variabel kualitas pelayanan dan tarif, sementara sisanya 14,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Keywords

*Kualitas Pelayanan, Tarif, Minat Beli*

## PENDAHULUAN

Perusahaan dalam mengembangkan usahanya perlu sekali dalam menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan para pelanggannya, hal tersebut karena pelanggan memiliki peran yang sangat penting terhadap perkembangan dan kemajuan suatu usaha. Menjalinkan hubungan yang kuat dengan para pelanggan bertujuan untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya tentang kesukaan dan permasalahan yang dialami oleh pelanggan sehingga perusahaan akan dengan mudah mempengaruhi minat beli pelanggannya. Menumbuhkan minat beli para pelanggan menjadi salah satu hal yang memiliki tingkat kesulitannya tersendiri dalam dunia pemasaran, sebab minat beli berkaitan dengan keinginan dan dorongan kuat yang muncul dalam diri pelanggan, bisa jadi karena kepuasan atau kesukaannya pada suatu hal sehingga munculnya dorongan untuk memilikinya. Penting sekali bagi

perusahaan mengenal hal-hal yang disukai maupun yang tidak disukai oleh pelanggannya karena dengan begitu perusahaan akan lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan para pelanggannya serta dapat dengan mudah dalam mengontrol dan mempengaruhi minat beli.

Minat beli dapat disebut sebagai suatu keinginan yang timbul oleh karena adanya ketertarikan terhadap barang atau jasa tertentu dan berkeinginan untuk mendapatkannya. Minat beli akan muncul setelah pelanggan mengetahui atau menerima manfaat positif dari penggunaan barang atau jasa secara langsung serta memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap barang atau jasa tersebut.

Apabila minat beli pelanggan rendah terhadap suatu perusahaan maka kemungkinan pelanggan melakukan pembelian akan semakin kecil. Minat beli yang tinggi akan mendorong para pelanggan untuk menggunakan dan melakukan keputusan pembelian secara terus menerus di masa yang akan datang, tetapi rendahnya minat beli pelanggan dapat mengganggu proses keputusan pembelian pelanggan sehingga akan berniat untuk melakukan pembatalan pembelian.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu variabel yang memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat beli pelanggan. Pelayanan yang baik menjadi salah satu keunggulan yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk dapat bersaing dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan, tanpa dilakukannya pelayanan yang baik maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menarik minat pembeli. Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan pelanggannya dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik-baiknya demi terpenuhinya kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sering kali dijadikan sebagai tolak ukur atas seberapa baiknya tingkat pelayanan yang diberikan dalam memenuhi harapan pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan yang berminat melakukan pembelian tentu saja karena mereka puas dengan pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu, memberikan pelayanan yang prima dan bermutu tinggi menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar para pelanggan dapat terpuaskan dan membuat mereka lebih loyal pada perusahaan. Setelah pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterimanya maka kemungkinan timbulnya minat beli pelanggan di masa yang akan datang akan semakin besar.

Minat beli juga dipengaruhi oleh tarif yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Tarif merupakan harga atau nilai ekonomi yang ditetapkan oleh perusahaan atas suatu jasa tertentu.

Dalam menetapkan tarif suatu jasa biasanya perusahaan selaku

penyelenggara jasa ingin menetapkan tarif yang tinggi untuk mendapatkan pendapatan yang memiliki nilai besar. Sedangkan para pelanggan tentu saja menginginkan tarif yang memiliki nilai rendah namun dengan harapan mendapatkan pelayanan serta fasilitas yang memadai. Apabila tarif atas penggunaan jasa terlalu tinggi maka pelanggan tentu saja akan berpaling pada perusahaan lain yang menawarkan tarif lebih murah.

Disisi lain penetapan tarif yang terlalu rendah juga akan berdampak pada kecilnya pendapatan dan keuntungan yang diperoleh atau mungkin dapat menyebabkan kerugian. Maka dari itu, perusahaan selaku penyelenggara jasa harus senantiasa bijak dalam menentukan tarif atas suatu jasa yang ditawarkan, agar perusahaan tetap memperoleh pendapatan yang besar dan para pelanggan juga terpuaskan serta mereka tidak terlalu terbebani dengan tarif yang ditetapkan. Perhitungan penentuan tarif jasa harus cepat dilakukan dan harus dipastikan tarif yang dibuat merupakan yang paling optimal agar para pelanggan yang mengetahui tarif tersebut langsung berminat untuk membelinya.

PT Antar Lintas Sumatra atau yang dikenal ALS merupakan perusahaan transportasi darat sekaligus sebagai salah satu armada bus yang memberikan pelayanan jasa transportasi antar kota antar provinsi (AKAP). Berikut akan diuraikan data penumpang PT. ALS selama tahun 2020.

**Tabel 1.**  
**Data Penumpang PT. Antar Lintas Sumatera (ALS)**  
**Medan Tahun 2020**

No	Bulan	Banyaknya Penumpang (Orang)
1	Januari	2051
2	Februari	1595
3	Maret	1434
4	April	901
5	Mei	830
6	Juni	825
7	Juli	725
8	Agustus	765
9	September	857
10	Oktober	835
11	November	710
12	Desember	712

Sumber: PT. Antar Lintas Sumatra Medan (2021)

Adapun hasil pra survey yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.**

**Hasil Pra Survey Minat Beli Tiket Bus ALS**

No	Pernyataan	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
1	Jasa yang ditawarkan sangat menarik perhatian para penumpang bus	18	60%	12	40%
2	Saya tertarik menggunakan jasa bus A. L. S setelah membaca katalog jasa	16	53%	14	47%
3	Kemudahan dalam pemesanan meningkatkan minat beli saya terhadap tiket bus A. L. S	16	53%	14	47%
4	Saya berkeinginan menggunakan jasa bus A. L. S sudah sejak lama	17	57%	13	43%
5	Saya selalu mengecek informasi jam keberangkatan agar saya tidak ketinggalan bus	18	60%	12	40%

Sumber: Hasil penyebaran kuesioner, 2021

Berdasarkan hasil pra survey tersebut diperoleh informasi bahwa minat beli penumpang terhadap tiket bus ALS cukup rendah. Hal tersebut dapat diketahui dari 5 pernyataan yang diajukan kepada responden, rata-rata didominasi oleh jawaban responden yang menyatakan tidak setuju artinya bahwa terdapat indikasi terjadinya penurunan terhadap minat beli tiket bus ALS. Indikasi yang diperoleh dari hasil pra survey tersebut yaitu layanan jasa yang ditawarkan kurang menarik perhatian para penumpang bus, penumpang kurang tertarik menggunakan jasa bus A. L. S tidak tersedianya katalog jasa, penumpang terkendala dalam pemesanan tiket bus A.L.S, kurangnya keinginan penumpang dalam menggunakan jasa bus A.L.S, kurangnya minat penumpang dalam mengecek informasi jam keberangkatan bus.

Penurunan minat beli tiket bus A.L.S dipengaruhi oleh belum maksimalnya pelayanan yang diberikan pihak ALS kepada para penumpang. Hasil temuan observasi dilapangan peneliti memperoleh informasi dimana para penumpang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak ALS, salah satunya pegawai bagian loket penjualan tiket sangat cuek serta tidak ramah dalam melayani para calon penumpang. Yang paling fatal yaitu kurangnya peremajaan pada armada bus yang digunakan menyebabkan bus didapatkan sering bermasalah dijalan sehingga menyebabkan para penumpang mengalami keterlambatan sampai ke tempat tujuan karena terkendala diservice. Peneliti juga telah melakukan pra survey kepada 30 responden terkait degan

kualitas pelayanan bus ALS, hasil pra survey yang diperoleh akan disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.**  
**Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan Bus ALS**

No	Pernyataan	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
1	Bus dilengkapi dengan AC, bersih, harum serta sangat nyaman bagi Penumpang	15	50%	15	50%
2	Karyawan bus A. L. S memberikan perhatian personal kepada para penumpang	20	67%	10	33%
3	Bus selalu berangkat dan tiba tepat waktu sesuai dengan jam yang tertera pada tiket	19	63%	11	37%
4	Costumer service cepat dalam merespon para penumpang yang membutuhkan bantuan	16	53%	14	47%
5	Bus yang digunakan telah sesuai dengan standar international	16	53%	14	47%

Sumber: Hasil penyebaran kuesioner, 2021

Hasil pra survey tersebut menunjukkan bahwa ada permasalahan terkait dengan pelayanan bus ALS yang masih belum optimal. Dapat dilihat dari 5 pernyataan yang diajukan dimana rata-rata responden lebih dominan menolak pernyataan yang diajukan. Dari hasil pra survey tersebut indikasi belum optimalnya pelayanan ditunjukkan oleh adanya penilaian buruk para penumpang terkait bus yang kurang bersih sehingga membuat para penumpang kurang nyaman, karyawan A.L.S tidak memberikan perhatian personal kepada para penumpang, bus mengalami keterlamabatan berangkat serta tiba tidak sesuai dengan jam yang tertera pada tiket, *costumer service* kurang tanggap dalam merespon para penumpang yang membutuhkan bantuan, bus yang digunakan telah sesuai dengan standar international namun pelayanannya yang buruk menyebabkan timbulnya penilaian negatif dari para penumpang.

Fenomena lain yang ditemukan dilapangan yaitu masalah tarif tiket bus, dimana tarif tiket bus yang ditetapkan oleh A. L. S dinilai cukup tinggi oleh para penumpang sedangkan fasilitas yang diberikan tidak sebanding dengan yang dibayarkan sehingga masalah ini menyebabkan menurunnya minat penumpang dalam menggunakan bus A. L. S. Berikut akan diuraikan daftar tarif tiket bus A.L.S Medan.

**Tabel 4.**  
**Tarif Tiket Bus A. L. S dari Medan**

<b>Tujuan</b>	<b>Kelas</b>	<b>Harga (Rp)</b>
Medan – Padang Sidempuan	Ekonomi AC Non Toilet	130.000
Medan – Sibloga	Ekonomi AC Non Toilet	130.000
Medan – Dumai	Ekonomi AC Non Toilet	145.000
Medan – Natal	Ekonomi AC Non Toilet	170.000
Medan – Pangkalan Kerinci	Ekonomi AC Non Toilet	180.000
Medan – Bukittinggi	Ekonomi AC Non Toilet	185.000
Medan – Cikampek	Ekonomi AC Non Toilet	450.000
Medan – Semarang	Ekonomi AC Non Toilet	490.000
Medan – Yogyakarta	Ekonomi AC Non Toilet	490.000
Medan – Pekanbaru	Ekonomi AC Toilet	180.000
Medan – Palembang	Ekonomi AC Toilet	380.000
Medan – Malang	Ekonomi AC Toilet	695.000
Medan – Kota Nopan	Ekonomi AC Non Toilet	130.000
	Ekonomi AC Toilet	170.000
Medan – Padang	Ekonomi AC Non Toilet	195.000
	Super Excektive	295.000
Medan – Jakarta	Ekonomi AC Toilet	530.000
	Ekonomi AC Non Toilet	440.000
Medan – Bandung	Ekonomi AC Toilet	570.000
	Ekonomi AC Non Toilet	460.000

Sumber: PT. Antara Linta Sumatera Medan, (2021)

Berikut juga akan disajikan tarif tiket Bus Makmur sebagai salah satu Perusahaan Jasa Competitor Bus A. L. S Medan.

**Tabel 5.**  
**Tarif Tiket Bus Makmur Medan**

<b>Tujuan</b>	<b>Kelas</b>	<b>Harga (Rp)</b>
Medan – Simpang Japura	Non AC Toilet Lux	220.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	240.000
Medan – Pematang Reba	Non AC Toilet Lux	220.000
	Non AC Toilet	205.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	240.000
Medan – Belilas	Non AC Toilet Lux	235.000
	Non AC Toilet	220.000
Medan – Pangkalan Kerinci	Non Toilet	180.000
	Non AC Fasilitas Toilet Lux	190.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	215.000
	Super VIP	240.000
Medan – Sorek	Non AC Toilet Lux	185.000
	Non AC Toilet	220.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	195.000
Medan – Ukui	Non AC Toilet Lux	195.000

	Non AC Toilet	185.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	220.000
Medan – Duri	Non AC Fasilitas Toilet	145.000
	Non AC Fasilitas Toilet Lux	175.000
	AC Fasilitas Toilet	185.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	190.000
	AC Super VIP (32 seat)	225.000
	AC Super VIP (28 set)	245.000
	Super Eksekutif (seat 2-1)	265.000
Medan – Dumai	AC Fasilitas Toilet Lux	180.000
	AC Super VIP	220.000
	Super Eksekutif (seat 2-1)	250.000
Medan – Pekanbaru	Non AC Fasilitas Toilet	156.000
	Non AC Fasilitas Toilet Lux	165.000
	AC Fasilitas Toilet	195.000
	AC Fasilitas Toilet Lux	205.000
	AC Super VIP (32 seat)	240.000
	AC Super VIP (28 seat)	250.000
	Super Eksekutif (seat 2-1)	265.000
	Non AC Fasilitas Toilet	145.000

Sumber: PT. Bus Makmjur Medan, (2021)

Berdasarkan data kedua perusahaan tersebut dapat diketahui bahwa Bus Makmur menyediakan layanan penumpang dengan berbagai pilihan kelas dengan pilihan tarif yang sangat variatif sedangkan pada PT. A.L.S menyediakan fasilitas dan tarif untuk tempat duduk executive dan ekonomi AC toilet serta ekonomi AC non toilet dengan tarif yang berbeda dan memberika pelayanan yang baik terhdap penumpang bus A.L.S.

Untuk lebih mendalami fenomena masalah tarif tiket bus A.L.S Medan peneliti melakukan pra survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden, dengan hasil pra survey sebagai berikut:

**Tabel 6.**  
**Hasil Pra Survey Tarif Bus ALS**

No	Pernyataan	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
1	Bus A. L. S menawarkan tarif tiket yang sangat terjangkau	19	63%	11	37%
2	Tarif yang ditawarkan bus A. L. S terjangkau untuk semua kalangan Masyarakat	20	67%	10	33%
3	Kualitas jasa yang diterima sebanding dengan tarif tiket yang dibayarkan	17	57%	13	43%
4	Tarif yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan selama perjalanan	21	70%	9	30%

5	Tarif jasa yang ditawarkan oleh bus A. L. S merupakan yang termurah	18	60%	12	40%
---	---	----	-----	----	-----

Sumber: Hasil penyebaran kuesioner, 2021

Hasil pra survey tersebut menunjukkan bahwa terdapat permasalahan terkait dengan tarif bus A.L.S. Diketahui dari 5 pernyataan pra survey yang diajukan, responden lebih dominan menyatakan tidak setuju atau menolak pernyataan yang diajukan yang artinya bahwa para penumpang merasa bahwa tarif yang dibayarkan tidak sesuai dengan yang didapatkannya selama perjalanan.

Dari hasil pra survey tersebut ditemukan indikasi terkait dengan fenomena masalah tarif yaitu tarif yang ditawarkan bus A. L. S cukup mahal, tarif yang ditawarkan bus A. L. S tidak terjangkau bagi semua kalangan masyarakat, kualitas jasa yang diterima tidak sebanding dengan tarif tiket yang dibayarkan, tarif yang dibayarkan tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkan selama perjalanan, dan tarif jasa yang ditawarkan oleh bus A. L. S bukanlah yang termurah.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus A.L.S."**

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada Jl. Sisingamangaraja No.KM. 6.5, Harjosari II, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20148. Waktu penelitian dimulai pada bulan April 2021 sampai dengan bulan Desember 2021.

Martono (2015:131), menjelaskan, "Desain penelitian adalah rencana kegiatan yang mencakup berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian". Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016 : 8) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus A.L.S. Medan".

Sugiyono (2016:223) menjelaskan, "Teknik pengumpulan data adalah ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat

dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara". Teknik yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi  
 Sukmadinata (2015:220) menjelaskan, "Observasi atau pengamatan merupakan suatu cara atau teknik mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung .
2. Angket (Kuesioner)  
 Sukmadinata (2015:219) menjelaskan, "angket/kuesioner merupakan teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-tanya dengan responden).
3. Wawancara  
 Sukmadinata (2015:219) menjelaskan, "angket/kuesioner merupakan teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-tanya dengan responden).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Mode	R	Adjusted R	Std. Error of
1	R	Square	the Estimate
1	.925 <sup>a</sup>	.855	.852

a. Predictors: (Constant), TARIF, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat di jelaskan bahwa tingkat pengaruh (*R Square*) dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Tarif (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y) adalah sebesar 0,855. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Tarif memiliki pengaruh (*R Square*) sebesar 85,5% terhadap variabel Minat Beli, sementara sisanya sebesar 14,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli**

Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang diberikan perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen dengan seberapa jauh tingkat perbedaan antara persepsi konsumen atau harapan konsumen terhadap jasa yang diterimanya. Indikator dari kualitas pelayanan yaitu : berwujud (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*).

pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri, pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Permasalahan yang terjadi yaitu layanan jasa yang ditawarkan kurang menarik perhatian penumpang bus, penumpang kurang tertarik menggunakan jasa bus A.L.S dikarenakan tidak tersedianya katalog jasa, penumpang terkendala dalam pemesanan tiket bus A.L.S, kurangnya keinginan penumpang dalam menggunakan jasa bus A.L.S, kurangnya minat penumpang dalam mengecek informasi jam keberangkatan bus.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli Tiket Penumpang Bus A.L.S. Medan dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,223 > 1,984$ ) dan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$ . Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermanto dan Hapsila (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

### **Pengaruh Tarif Terhadap Minat Beli**

Tarif merupakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan penyelenggara jasa sebagai nilai ekonomi yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat atas penggunaan jasa yang ditawarkan. Indikator dari tarif yaitu : keterjangkaun tariff, kesesuaian tariff dengan kualitas jasa, kesesuaian tarif dengan manfaat jasa dan sesuai kemampuan atau daya saing tarif.

Permasalahan yang terjadi tarif yang ditawarkan bus A.L.S cukup mahal, tarif yang ditawarkan bus A.L. S tidak terjangkau bagi semua kalangan masyarakat, kualitas jasa yang diterima tidak sebanding dengan tarif tiket yang dibayarkan, tarif yang dibayarkan tidak sesuai dengan manfaat yang didapatkan selama perjalanan, dan tarif jasa yang ditawarkan oleh bus A. L. S bukanlah yang termurah.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh tarif terhadap minat beli Tiket Penumpang Bus A.L.S. Medan dengan memiliki  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $9,325 > 1,984$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliyana dan Febriyani (2018) yang menyatakan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Minat Beli**

Minat beli merupakan sikap atau perilaku konsumen yang muncul sebagai respon atas keinginan konsumen untuk merefleksikan rencana pembelian dengan nilai pengorbanan yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Indikator dari minat beli yaitu : perhatian (*attention*), minat (*interest*), keinginan (*desire*) dan tindakan (*action*). Permasalahan yang terjadi yaitu Bus kurang bersih sehingga membuat para penumpang kurang nyaman, karyawan A.L.S tidak memberikan perhatian personal kepada para penumpang, bus mengalami keterlambatan berangkat serta tiba tidak sesuai dengan jam yang tertera pada tiket, *costumer service* kurang tanggap dalam merespon para penumpang yang membutuhkan bantuan, bus yang digunakan telah sesuai dengan standar internasional namun pelayanannya yang buruk menyebabkan timbulnya penilaian negatif dari para penumpang.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap minat beli Tiket Penumpang Bus A.L.S. Medan. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) menunjukkan nilai F hitung  $286,977 > F$  tabel  $3,09$  disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan dan tarif secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat minat beli. Hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa tingkat pengaruh (*R Square*) dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Tarif (X2) terhadap Minat Beli (Y) adalah sebesar  $0,855$ . Berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Tarif memiliki pengaruh (*R Square*) sebesar  $85,5\%$  terhadap variabel Minat Beli, sementara sisanya sebesar  $14,5\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Minat Beli Tiket Penumpang Bus A.L.S. Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 2,914 + 0,186X_1 + 0,772X_2$ . Konstanta (a) = 2,914 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Tarif ( $X_2$ ) bernilai 0 maka Minat Beli ( $Y$ ) adalah sebesar 2,914. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) = 0,186 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Minat Beli akan meningkat 0,186. Koefisien regresi Tarif ( $X_2$ ) = 0,772 artinya jika Tarif ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Minat Beli ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,772.
2. Hasil uji parsial (uji t) variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,223 > t tabel 1,984 dan nilai signifikan yaitu 0,028 < 0,05 ini berarti variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli ( $Y$ ). Hasil uji parsial (uji t) variabel Tarif ( $X_2$ ) diperoleh nilai t hitung sebesar 9,325 > t tabel 1,984 dan nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05 ini berarti variabel Tarif ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap variabel Minat Beli ( $Y$ ).
3. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) menunjukkan nilai F hitung 286,977 > F tabel 3,09 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Tarif ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat Minat Beli ( $Y$ ). Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa tingkat pengaruh (*R Square*) dari variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan variabel Tarif ( $X_2$ ) terhadap variabel Minat Beli ( $Y$ ) adalah sebesar 0,855. Yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Tarif memiliki pengaruh (*R Square*) sebesar 85,5% terhadap variabel Minat Beli, sementara sisanya sebesar 14,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakti, U., Hairudin and Alie, M. S. (2020) „Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung“, *Jurnal Ekonomi*, 22(1), pp. 101–118. Available at: <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hermanto, A. H. (2020) „Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli“, *Jurnal EKOBISTEK*, 9(1), pp. 93–99. Available at: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>.
- Irawan, M. R. N. (2020) „Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya“,

- Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), pp. 140-156. doi: 10.30737/ekonika.v5i2.1097.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2014). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15*. New York: Free Press.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahfud, M. A. G. and Soltes, V. (2016) „Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim)“, *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), pp. 61-67. doi: 10.9790/5933-0704016167.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mbete, G. S. and Tanamal, R. (2020) „Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase“, *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), pp. 100-110. doi: 10.32493/informatika.v5i2.4946.
- Pramono. (2014). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Setyosari, P. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sukmadinata, N. S. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Warpani, E. P. D. (2015). *Ground Handling Manajemen Pelayanan Darat Perusahaan Penerbangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widayat, W. and Purwanto, H. (2020) „Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pasar Tradisional Wonosobo)“, *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), pp. 123-132.

Wulandari, S. (2020) "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo di Surabaya", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), pp. 791-797.