

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA
TRANSPORTASI BUS TRANS BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Irda Jumini
160910453**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA
TRANSPORTASI BUS TRANS BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

**Irda Jumini
160910453**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Irda Jumini
NPM : 160910453
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 20 Februari 2020

Yang membuat pernyataan

Irda Jumini
160910453

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA
TRANSPORTASI BUS TRANS BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

Oleh:

**Irda Jumini
160910453**

**Telah disetujui pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 20 Februari 2020

Dr. Realize, S.Kom., M.SI

Pembimbing

ABSTRAK

Tingkat persaingan bisnis semakin ketat menuntut pelaku bisnis untuk bisa memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pengelolaan berbagai jenis sumber daya perlu diperhatikan agar semakin meningkatnya keputusan pembelian konsumen. Untuk meningkatkan keputusan pembelian maka pihak penyedia jasa melalui berbagai cara diantaranya dengan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik dan menyediakan fasilitas yang lengkap. Bus Trans Batam sebagai salah satu transportasi umum di Kota Batam. Bus Trans Batam dihadirkan oleh pemerintah Kota Batam berusaha memenuhi segala permintaan dan harapan penumpang dari aspek kualitas pelayanan dan fasilitas agar terjadinya pembelian. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam. Metode penelitian yang digunakan dengan metode *survei* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik sampel yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan sampel teknik probability sampling dengan menggunakan metode *sampling incidental*. Dengan jumlah kuesioner sebanyak 353 responden yang menggunakan bus Trans Batam. Hasil penelitian ini diperoleh nilai R Square sebesar 0,211 atau 21,10% berarti bahwa variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan variabel fasilitas. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The level of business competition is increasingly stringent demanding business people to be able to understand what is needed by consumers. The management of various types of resources needs to be considered in order to increase consumer purchasing decisions. To improve purchasing decisions the service providers through various ways including by providing services with good quality and provide complete facilities. Trans Batam bus as one of public transportation in Batam City. The Trans Batam bus presented by the Batam city government is trying to meet all the requests and expectations of passengers in terms of service quality and facilities in order to make a purchase. Therefore this study aims to identify the effect of service quality and facilities on purchasing decisions on Trans Batam bus transportation services. The research method used by survey methods and data collection techniques using questionnaires. The sampling technique used to collect data in this study in sampling using a probability sampling technique sample using the incidental sampling method. With a total of 353 respondents using the Trans Batam bus. The results of this study obtained an R Square value of 0.211 or 21.10% means that the purchasing decision variable is influenced by service quality and facility variables. The results of this study stated that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and facilities have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality; Facilities; Buying decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tidak terhingga atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. ;
3. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Seluruh dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Kedua orang tua tercinta, terima kasih atas do'a, dukungan serta harapan kepada penulis;
6. Bapak Drs. Zulhendri, M.Si. selaku Kepala Dinas Perhubungan Kota Batam
7. Karyawan Trans Batam yang telah banyak membantu memberikan informasi kepada penulis;
8. Seluruh konsumen pengguna bus Trans Batam yang telah bersedia menjadi responden penulis;
9. Para sahabat dan teman seperjuangan yang tercinta;
10. Serta kepada pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-NYA, Amin.

Batam, 20 Februari 2020
Penulis

Irda Jumini

160910453

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	13
2.1.1.3 Cara Mengukur Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.1.4 Sumber Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.1.2 Fasilitas.....	17
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas	17
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	19
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Fasilitas	19
2.1.2.4 Indikator Fasilitas	21
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	24
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.1.3.4 Struktur Keputusan Pembelian.....	27
2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Berpikir	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34

BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Operasional Variabel	35
3.2.1	Variabel Independen (X)	36
3.2.1.1	Kualitas Pelayanan	36
3.2.1.2	Fasilitas	36
3.2.2	Variabel Dependen (Y)	37
3.2.2.1	Keputusan Pembelian	37
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.2	Populasi	37
3.3.2	Sampel	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5	Metode Analisis Data	41
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif	41
3.5.2	Uji Kualitas Data	42
3.5.2.1	Uji Validitas	42
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	43
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1	Uji Normalitas	44
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	46
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.4	Uji Pengaruh	47
3.5.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.5.5	Uji Hipotesis	48
3.5.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	48
3.5.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	49
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	51
3.6.1	Lokasi Penelitian	51
3.6.2	Jadwal Penelitian	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Profil Responden	52
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	54
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian	55
4.1.2.1	Statistik Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	56
4.1.2.2	Statistik Jawaban Responden Variabel Fasilitas (X_2)	57
4.1.2.3	Statistik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
4.1.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas	61
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	63

4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas Data	64
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
4.1.5	Hasil Uji Pengaruh	67
4.1.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.1.5.2	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis	69
4.1.6.1	Hasil Uji T (Parsial)	69
4.1.6.2	Hasil Uji F (Simultan).....	71
4.2	Pembahasan.....	71
4.2.1	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.2	Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian ...	72
4.2.3	Pengaruh Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Simpulan.....	74
5.2	Saran.....	74
	DAFTAR PUSTAKA	76

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plots	65
Gambar 4.1 Grafik Histogram	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Koridor dan Rute Bus Trans Batam Tahun 2019	4
Tabel 1.2 Data Jumlah Penumpang Bus Trans Batam Tahun 2018 – 2019	5
Tabel 1.3 Jadwal Keberangkatan Bus Trans Batam	7
Tabel 3.1 Skala Likert	40
Tabel 3.2 Rentang Nilai	42
Tabel 3.3 Range Validitas	42
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	44
Tabel 3.5 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	48
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan Deskriptif	55
Tabel 4.5 Tabel Rentang Nilai	56
Tabel 4.6 Respon Terhadap Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4.7 Respon Terhadap Fasilitas	58
Tabel 4.8 Respon Terhadap Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas	67
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.18 Hasil Uji-t (Parsial)	70
Tabel 4.19 Hasil Uji-f (Simultan)	71

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Krejcie Dan Morgan	41
Rumus 3.2 <i>Pearson Product Moment</i> Persamaan Regresi Linier Berganda.....	43
Rumus 3.3 <i>Cronbach's Alpha</i>	44
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	47
Rumus 3.5 Uji-t.....	49
Rumus 3.6 Uji-F.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini teknologi semakin maju serta mengalami perkembangan sangat pesat. Seiring dengan berkembangnya teknologi, kehidupan masyarakat juga mengalami perkembangan. Perubahan yang terjadi terlihat dari tingginya aktifitas penduduk dan banyaknya sarana transportasi baik pribadi maupun umum yang terlihat saat ini. Alat transportasi merupakan hal yang penting karena menjadi penghubung untuk pergerakan dari satu tempat ketempat yang lain. Transportasi yang beragam membuat masyarakat lebih teliti dan jeli dalam mempergunakan transportasi tersebut sesuai kebutuhan. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan jasanya dengan harga dan fasilitas yang berbeda. Oleh itu, masyarakat menjadi lebih banyak pilihan terhadap alat transportasi yang akan mereka gunakan.

Semakin banyaknya transportasi yang tersedia ini membuka peluang kepada pembisnis untuk mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatannya manusia membutuhkan transportasi. Manusia membutuhkan jasa transportasi yang aman, dan nyaman. Agar terpenuhi kebutuhan dan keinginan maka konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa (Gama et al, 2016: 23).

Menurut Schiffman dan Kanuk berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan proses penyesuaian untuk menggabungkan pengetahuan antara dua

atau lebih pilihan alternatif yang dipilih salah satu diantaranya (Marendra, 2018: 38). Proses pengambilan keputusan pembelian setiap orang dipengaruhi dengan kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidupnya. Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang ada. Keputusan pembelian dalam jasa transportasi sangat diperlukan, jika konsumen melakukan pembelian secara berulang maka akan meningkatkan pendapatan dan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang diberikan (Paul & Olson, 2013: 163).

Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperlukan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Kualitas pelayanan suatu tolak ukur perusahaan dalam memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (Realize et al, 2018: 79). Kualitas pelayanan merupakan harapan yang dirasakan oleh konsumen akan pelayanan yang diberikan dan memiliki pengaruh besar bagi perusahaan dalam bersaing. kualitas pelayanan merupakan segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Sembiring et al, 2014: 2). Dalam jasa transportasi kualitas pelayanan menjadi hal penting untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap pengguna jasa tersebut.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga menjadi salah satu hal yang perlu disediakan untuk mendukung keputusan pembelian oleh konsumen. Fasilitas merupakan alat atau sesuatu yang digunakan untuk memperlancar suatu pekerjaan. Dalam jasa transportasi perlu menyediakan fasilitas yang memadai dan memberikan kenyamanan yang memuaskan hati konsumen. Jika fasilitas yang

tersedia dengan sangat baik konsumen akan merasa nyaman untuk menggunakan jasa serta melakukan pembelian (Emmywati, 2016: 187).

Kota Batam merupakan kota yang terletak sangat strategis di Indonesia. Dekat dengan beberapa negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia yang terletak di antara jalur pelayaran internasional. Sehingga Kota Batam menjadi tempat tujuan wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Kota Batam merupakan kota di Indonesia dengan jumlah penduduk yang banyak. Jumlah penduduk menurut Badan Pusat Statistik Kota Batam di tahun 2018 sebesar 1.329.773 jiwa. Hal tersebut tidak sebanding dengan sarana dan prasarana yang disediakan oleh pemerintah khususnya dalam jasa transportasi umum. Kota Batam dikenali sebagai kota industri yang menjadi kota dan banyak aktivitas industri serta bisnis dalam aktifitas sehari-hari masyarakat. Untuk menunjang aktifitas masyarakat membuat transportasi menjadi hal yang sangat penting.

Masih sangat sedikit tersedianya transportasi di Kota Batam yang sehingga masyarakat membutuhkan ketersediaan transportasi yang lebih banyak dari pemerintah. Kota Batam terdapat berbagai macam jenis transportasi umum yang tersedia saat ini seperti taksi konvensional, ojek konvensional, angkutan kota (mimbar), taksi online, ojek online, serta bus Trans Batam. Transportasi yang tersedia membuat pengguna memiliki banyak pilihan. Pilihan yang ada membuat pengguna akan memilih jasa apa yang akan digunakan.

Dengan beberapa transportasi yang tersedia, maka penelitian ini dilakukan pada transportasi umum di kota Batam yaitu bus Trans Batam. Bus Trans Batam merupakan transportasi umum milik pemerintah. Bus Trans Batam mulai

beroperasi pada tahun 2004 hingga saat ini. Sesuai dengan program pemerintah yaitu memberikan pelayanan kepada masyarakat terutama di bidang transportasi dan menunjukkan kepada masyarakat bahwa pemerintah lebih dekat dan peduli pada masyarakat. Bus Trans Batam yang beroperasi sekarang berjumlah 57 bus yang bergerak dalam sehari.

Terdapat delapan koridor yang beroperasi pada masa ini. Berikut data koridor yang dilalui oleh bus yang beroperasi :

Tabel 1.1 Data Koridor Dan Rute Bus Trans Batam Tahun 2019

Nama Koridor	Rute
Koridor 1 : Sekupang –Batam Centre	Via Sei Harapan -Tiban–UIB–Simpang Jam–Simpang Sei Panas–Kantor Walikota–Mega Mall
Koridor 2 : Tanjung Uncang–Batam Centre	Via Simpang Sagulung – Fanindo–Simpang Base Camp–Batu Aji–Simpang Bareleng–Muka Kuning–Kepri Mall–Kantor Walikota–Mega Mall
Koridor 3 : Sekupang–Jodoh	Via Sei Harapan–Tiban–UIB–Simpang Baloi–Penuin–Nagoya–Simpang Mc Donald–Terminal Jodoh–DC Mall–Pasar Induk
Koridor 4 : Sagulung –Sekupang	Via Simpang Sagulung–Fanindo–Simpang Base Camp–Marina–Tanjung Riau–Sei Harapan
Koridor 5 : Jodoh – Batam Centre	Via terminal jodoh–Jl.Duyung–Jl.Yos Sudarso–Jl.Laksamana Bintan–Jl.Gajah Mada–Jl.Engku Putri–Jl.Raja Isa– Pelabuhan Internasional Batam Centre
Koridor 6 : Tanjung Piayu – Batam Centre	Via Kampung Tua Piayu–Jl.S Parman–Jl.Ahmad Yani–Jl.Engku Putri–Jl.Raja Isa–Pelabuhan Internasional Batam Centre
Koridor 7 : Nongsa–Batam Centre	Via Jl.Hang Jebat (POLDA KEPRI)–Jl.Hang Tuah–Jl.Haji Kelana–Jl.Kawasan Industri Tunas–Jl.Raja Isa–Pelabuhan Internasional Batam Centre
Koridor 8 : Punggur–Jodoh	Via Bundaran Punggur–Simpang Kepri Mall–Simpang Jam–Simpang Indomobil–Simpang Baloi–DC Mall–Terminal Jodoh

Sumber: Dinas Perhubungan Kota Batam, (2019)

Tahun 2004, bus Trans Batam dinaungi oleh Djawatan Angkutan Motor Republik Indonesia atau disingkat DAMRI, namun pada saat tahun 2013 Trans Batam diambil alih oleh Dinas Perhubungan Kota Batam dalam Unit Pelaksana

Teknis Pelayanan Jasa Transportasi. Penelitian ini akan dilakukan pada bus Trans Batam. Kehadiran bus Trans Batam memberikan pelayanan, fasilitas, serta kenyamanan bagi pengguna.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dari ketua bagian Unit Pelayanan Teknis Trans Batam berdasarkan hasil wawancara hari Jumaat, 25 Oktober 2019 dengan memberikan informasi mengenai jumlah penumpang bus Trans Batam dalam kurun waktu setahun terakhir yaitu pada bulan september 2018 hingga agustus 2019 berikut ini:

Tabel 1.2 Data Jumlah Penumpang Bus Trans Batam Tahun 2018-2019

Nama Bulan	Tahun	Jumlah Penumpang		Total Penumpang
		Umum	Pelajar	
September	2018	90.325	17.059	107.384
Oktober		97.818	18.558	118.394
November		99.005	20.007	119.012
Desember		87.341	13.134	100.475
Januari	2019	117.341	19.936	137.277
Februari		118.480	20.034	138.514
Maret		119.949	21.294	141.243
April		120.526	21.540	144.085
Mei		121.007	22.179	143.186
Juni		119.765	15.614	135.379
Juli		117.523	12.266	129.789
Agustus		118.008	17.810	135.818
Total		1.118.755	219.431	1.550.556

Sumber: Dinas Perhubungan Kota Batam, (2019)

Dari fluktuasi jumlah pengguna mengalami naik turun, sehingga dalam satu tahun terakhir turunnya jumlah pengguna ini disebabkan oleh beberapa hal diantaranya hari libur sekolah, hari libur nasional, cuaca seperti musim hujan dan lain sebagainya.

Dapat dilihat dari tabel diatas terdapat perbedaan setiap bulan yaitu rata-rata dari jumlah penumpang dari September 2018 hingga Agustus 2019 adalah sekitar 129.213 penumpang. Total penumpang pada bulan September 2018 dengan nilai terendah yaitu 107.384 penumpang. Sedangkan jumlah total rata-rata dengan nilai tertinggi pada bulan April 2019 yaitu 144.085 penumpang.

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sebagai penentu keberhasilan suatu perusahaan. Konsumen memerlukan transportasi yang cepat dan mudah untuk didapatkan. Konsumen akan menggunakan jasa Transportasi yang mudah didapatkan dan tidak lama menunggu. Banyaknya perusahaan jasa transportasi yang menawarkan jasa mereka dengan berbagai harga dan kualitas tersendiri. Para penyedia jasa harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik, menyediakan fasilitas yang sangat memadai, dan menjamin kenyamanan bagi para pengguna.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan bisa diterima pelanggan maka kualitas pelayanan dirasakan memuaskan dan baik. Namun jika pengguna menerima pelayanan kurang memuaskan maka kualitas pelayanan dirasakan tidak cukup baik. Pelayanan yang diberikan pihak bus Trans Batam bisa dikatakan cukup baik oleh para penumpang. Dari wawancara yang dilakukan dengan penumpang bus Trans Batam yang mengatakan masih terdapat hal yang tidak diinginkan dalam pelayanan bus Trans Batam yaitu petugas bus kurang jelas dalam memberikan informasi kepada penumpang yang tidak mengerti terhadap Trans Batam dan sering terjadinya

keterlambatan kedatangan bus yang tidak sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Tabel 3.1 Jadwal Keberangkatan Bus Trans Batam

Nama Koridor	Waktu Operasional
KORIDOR I	Pukul 06.00 WIB s/d 20.00 WIB
KORIDOR II	Pukul 06.00 WIB s/d 18.00 WIB
KORIDOR III	Pukul 06.00 WIB s/d 20.00 WIB
KORIDOR IV	Pukul 06.00 WIB s/d 18.00 WIB
KORIDOR V	Pukul 06.00 WIB s/d 18.00 WIB
KORIDOR VI	Pukul 06.00 WIB s/d 18.00 WIB
KORIDOR VII	Pukul 06.00 WIB s/d 18.00 WIB

Sumber: Dinas Perhubungan Kota Batam, (2019)

Dari penjelasan Bambang ketua bagian Unit Pelayanan Teknis Trans Batam menjelaskan bahwa kedatangan bus yang sedang berjalan dan bus berikutnya yang akan berjalan diperkirakan selama 20 menit. Namun terkadang terjadi masalah di perjalanan, antara lain kerusakan pada bus secara tiba-tiba dan tidak disengajakan, kemacetan lalu lintas sehingga menyebabkan bus datang tidak sesuai jadwal atau terlambat.

Kemudian hal lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu fasilitas. Fasilitas merupakan sumber fisik yang disediakan kepada konsumen dalam menawarkan jasa. Tata letak dan bentuk fasilitas berkaitan dengan pandangan konsumen terhadap jasa tersebut. Trans Batam memberikan fasilitas yang cukup baik, hanya saja ditemukan beberapa masalah seperti fasilitas yang tersedia tidak merata pada setiap halte maupun masing-masing koridor serta fasilitas yang terdapat di dalam bus Trans Batam.

Terdapat lima koridor utama yang terletak di lima titik yaitu Sekupang, Jodoh, Batam Centre, Panindo, dan Punggur. Penataan ruangan di dalam *Halte*

Transfer Point seperti *air conditioning*, tempat duduk menunggu, Televisi dan Toilet yang tersedia dirasakan masih kurang memadai terlihat kondisi yang sudah rusak dan kurang memuaskan. Untuk penataan di dalam bus yang tersedia masih belum terpenuhi untuk setiap jurusan bus dan menggunakan bus lama yang terlihat kurang layak untuk digunakan karena ukurannya kecil dan tidak bisa menampung penumpang dalam jumlah banyak. Ada juga beberapa bus yang tidak memiliki tali pegangan untuk dijadikan pengamanan bagi penumpang yang berdiri.

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan diatas, maka penelitian ini sebagai objek penelitian yang diambil yaitu bus Trans Batam dan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam”**.

1.1 Identifikasi Masalah

Dalam beberapa penjelasan dari latar belakang penelitian ini, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat petugas kurang jelas dalam memberikan informasi kepada penumpang yang tidak mengerti terhadap Trans Batam.
2. Seringnya terjadi keterlambatan kedatangan bus yang tidak sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
3. Tidak meratanya fasilitas yang tersedia pada setiap masing-masing koridor seperti *Halte Transfer Point* seperti *air conditioning*, tempat duduk, televisi dan toilet umum yang dirasakan belum cukup memadai dengan kondisi

yang mengalami kerusakan dan kurang memuaskan. maupun fasilitas yang terdapat di dalam bus.

4. Masih belum merata untuk setiap jurusan bus dan masih menggunakan bus keluaran lama yang terlihat sudah kurang layak untuk digunakan karena ukuranya kecil dan tidak bisa menampung penumpang dalam jumlah banyak.
5. Kurangnya fasilitas untuk menjamin keamanan di beberapa bus yang tidak memiliki tali pegangan untuk dijadikan pengamanan bagi penumpang yang berdiri dalam bus Trans Batam.

1.2 Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka batasan masalah adalah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam di Kota Batam.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa transportasi bus Trans Batam?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa transportasi bus Trans Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna jasa transportasi bus Trans Batam?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut.

1. Manfaat Teoritis (Keilmuan)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, serta memperluas pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada salah satu perusahaan dibidang pemasaran jasa di Kota Batam.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi bagi manajemen dalam menentukan kebijakan dalam menyediakan layanan dan sebagai bahan evaluasi dalam melayani pengguna jasa. .

c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai untuk menambah perbendaharaan perpustakaan sehingga memiliki manfaat bagi mahasiswa lain yang membutuhkan, khususnya mengenai peran kualitas pelayanan dan fasilitas dalam keputusan pembelian konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan bentuk pelayanan kepada konsumen untuk memenuhi rasa kepuasan baik terhadap penawaran produk atau jasa yang digunakan terhadap harga yang sewajarnya, kecepatan dalam melayani, serta lokasi yang menarik minat konsumen (Ekasari et al 2018: 13).

Kualitas pelayanan merupakan perbedaan yang diukur terhadap harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen serta dijadikan pembanding untuk sebuah pelayanan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk pengukuran akan kualitas pelayanan yang diberikan (Ananda & Usman, 2019: 6).

Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang berlaku antara karyawan dan konsumen terhadap hal-hal dalam penyediaan pelayanan sebagai penyelesaian masalah konsumen dan bagaimana perusahaan meningkatkan pelayanan secara profesional (Anggraini & Setyanto, 2019: 474).

Kualitas pelayanan adalah evaluasi jangka panjang dari konsumen terhadap penyampaian pelayanan dari sebuah perusahaan sebagai atribut yang sesuai dan apa yang dialami dan diinginkan konsumen untuk mengukur kualitas pelayanan (Widowati & Purwanto, 2014: 68).

Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya

konsumen ke tempat lain, mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen dan menciptakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan (Pantilu et al, 2018: 372).

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas, maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah cara apa yang dilakukan oleh penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen dalam penggunaan sebuah jasa. Memberikan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Apabila konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, kemudian konsumen akan membuat perbandingan dengan pelayanan pada pihak lainnya (Yuriansyah, 2013: 9).

2.1.1.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Membangun perusahaan menjadi sesuai dengan harapan, maka perusahaan bisa mengikuti prinsip kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan kualitas yang baik bagi perusahaan maupun dihadapan konsumen. Prinsip-prinsip kualitas pelayanan meliputi (Wibowo & Priansa, 2017: 161):

1. Sistem dan Kebijakan

Kualitas jasa diperlukan untuk mendukung sebuah sistem dan kebijakan perusahaan. Kualitas jasa muncul bukan karna kebutuhan pelanggan semata namun juga kebutuhan perusahaan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Kepemimpinan

Perusahaan harus menetapkan strategi dari manajemen puncak terhadap perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang berkualitas. Jika tidak ada

kepemimpinan dari manajemen puncak maka akan terjadi peningkatan kualitas yang kecil atau kurang.

3. Pendidikan

Personil perusahaan dari manajer puncak hingga ke karyawan terbawah harus mengetahui dan memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Hal-hal yang ditekankan dalam memperoleh pendidikan meliputi kualitas dalam konsep sebagai strategi dari bisnis, alat serta implementasi dari strategi bisnis dan peran dalam mengimplementasikan strategi terhadap kualitas.

4. Perencanaan

Dalam proses perencanaan sebuah strategi harus memperhatikan pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

5. Review

Proses review merupakan alat yang paling efektif bagi manajemen untuk menilai perilaku organisasi. Review merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dalam terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

6. Komunikasi

Strategi perusahaan yang diterapkan dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi. Komunikasi harus dilakukan bersama karyawan, pelanggan, stakeholder, dan mitra bisnis lain seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

7. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang akan dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.1.1.3 Cara Pengukuran Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perlu dilakukan evaluasi serta perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara bertahap. Cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan bisa dilakukan yang dapat dilakukan sebagai berikut (Prihastono, 2012: 20):

1. Perusahaan Memperbaiki Pelayanan

Untuk memperbaiki kualitas pelayanan hal yang bisa dilakukan yaitu dengan memberikan pengetahuan tentang standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Perusahaan memepertimbangkan untuk memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi. Selain itu mempermudah konsumen dalam menyampaikan masukannya adalah hal yang perlu untuk dilakukan.

2. Umpan Balik Dari Pelanggan

untuk mendapatkan *feedback* dari konsumen terdapat beberapa cara yang bisa dilakukan diantaranya seperti mengadakan survei terhadap konsumen

dan mengikuti keinginan mereka setelah memberikan pelayanan, dapat dilakukan melalui *email*. Cara lainnya yaitu menawarkan produk kepada konsumen, aktif di sosial media, memberikan diskon atau kepada konsumen atas masukan yang telah diberikan, serta pemanfaatan teknologi untuk memantau perkembangan usaha.

3. Evaluasi Perusahaan

Hal yang dilakukan untuk evaluasi adalah melalui survei yang berfokus pada hal-hal yang penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui kepedulian kepada konsumen, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

2.1.1.4 Sumber Kualitas Pelayanan

Terdapat empat sumber yang menentukan penilaian kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2015: 57):

1. *Desain Quality*

Kualitas jasa dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. *Production Quality*

Kualitas jasa ditentukan oleh kerjasama antara departemen produksi/operasi, dan departemen pemasaran.

3. *Delivery Quality*

Kualitas pelayanan dapat ditentukan oleh janji perusahaan pada pelanggan.

4. *Relationship Quality*

Kualitas pelayanan ditentukan oleh relasi profesional dan sosial antara perusahaan dan *stakeholder* (pelanggan, pemasok, perantara, pemerintah, dan karyawan).

2.1.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut (Pasuraman, 2016: 90) :

1. *Tangibles* (fasilitas fisik) meliputi fasilitas gedung, fasilitas tempat parkir, kenyamanan fasilitas fisik, tata letak dan tampilan barang, peralatan dan perlengkapan yang modern.
2. Kredibilitas meliputi kejujuran, kepercayaan dan keyakinan dalam memberikan pelayanan.
3. *Access* (akses) meliputi memberikan/menyediakan keinginan pelanggan dan pelayanan mudah dihubungi.
4. *Courtesy* (kesopanan) meliputi kesopanan, penghargaan, bijaksana dan keramahan pelayanan.
5. *Communion* (komunikasi) meliputi komunikasi yang baik dan bisa mendengarkan pendapat pelanggan.
6. *Security* (keamanan) yaitu memberikan rasa nyaman dan membebaskan dari segala resiko atau keragu-raguan pelanggan.

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang diberikan perusahaan dalam

proses pelayanan kepada konsumen. Dalam jasa transportasi perlu menyediakan fasilitas yang memadai, memberikan kemudahan konsumen, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta membuat pengguna jasa merasa nyaman (Emmywati, 2016: 187).

Fasilitas adalah penawaran suatu jasa kepada konsumen dengan memperhatikan sumber daya fisik yang harus ada. Dalam usaha jasa fasilitas merupakan hal yang penting yaitu desain interior dan eksterior, kondisi fasilitas tersedia serta kebersihan yang harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung (Tjiptono, 2014: 317).

Fasilitas adalah sesuatu yang mempermudah keperluan konsumen dalam mendapatkan kepuasan. Jasa tidak berwujud, tidak bisa dilihat, dicium, dan diraba namun fasilitas fisik yang berwujud menjadi hal yang penting terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Moha & Loindong, 2016: 577).

Fasilitas merupakan persediaan peralatan fisik yang memberikan kenyamanan bagi konsumen yang melakukan kegiatannya sehingga terpenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen mempertimbangkan ketersediaan fasilitas dalam membuat keputusan pembelian pada suatu produk atau jasa (Purbasari, 2019: 202).

Fasilitas dalam Perusahaan sangat diperlukan dan menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen dengan menyediakan fasilitas yang memadai dan sesuai keinginan pengguna. Fasilitas merupakan suatu jasa yang berbentuk fisik yang terlihat dan ada sebelum ditawarkan kepada konsumen (Apriyadi, 2017: 73).

Dari berbagai pengertian di atas maka dapat dikatakan bahwa Fasilitas merupakan segala sesuatu yang mempermudah konsumen dalam memperoleh manfaat dari jasa yang diberikan oleh Bus Trans Batam. Dengan terdapatnya fasilitas yang disediakan jasa transportasi maka penumpang akan terasa nyaman.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa diantaranya (Nirwana, 2014: 47):

1. Desain Dalam Fasilitas
2. Nilai Fungsi Fasilitas
3. Estetika Fasilitas
4. Kondisi Fasilitas Yang Mendukung
5. Peralatan Sebagai Penunjang

Terdapat Beberapa pendapat yang dasarnya memiliki pengertian yang sama yaitu Fasilitas yang disediakan perusahaan kepada konsumen untuk dapat mempermudah dalam menggunakan sarana dan prasarana yang telah tersedia. Fasilitas dalam penelitian ini pada transportasi bus Trans Batam.

2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Fasilitas

Desain fasilitas dipengaruhi oleh Beberapa faktor diantaranya (Tjiptono, 2014: 160) :

1. Tujuan dan Sifat Organisasi

Persyaratan desain ditentukan sebagai sifat suatu jasa. Desain dari fasilitas yang mendukung akan bermanfaat terhadap perusahaan di antaranya

perusahaan mudah dikenal serta desain fasilitasnya bisa menjadi ciri khas mengenai sifat jasa di dalamnya.

2. Ketersediaan Kebutuhan Akan Tanah, Tempat dan Ruang

Perusahaan jasa yang ingin mendirikan fasilitas jasa memerlukan lokasi fisik dan dipertimbangkan beberapa faktor antaranya kemampuan keuangan perusahaan, peraturan pemerintah daerah setempat dan lain sebagainya.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila permintaan sering mengalami perubahan naik turun dan jika proses perincian jasa cepat berkembang sehingga resiko kerusakan akan semakin besar.

4. Faktor Estetis

Fasilitas jasa tertata secara rapi, menarik, dan menampilkan keindahan akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

5. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Pemerhati sosial dan lingkungan hidup seperti masyarakat dan keadaan lingkungan di sekitar fasilitas berperan penting dan berpengaruh besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

6. Biaya Konstruksi dan Biaya Operasi

Biaya membangun proyek dipengaruhi oleh berapa jenis serta jumlah bahan bangunan yang digunakan. Kebutuhan kekuatan ruang dapat mempengaruhi biaya operasi yang berkaitan dengan perubahan suhu.

2.1.2.4 Indikator Fasilitas

Beberapa indikator yang terdapat dalam fasilitas sebagai berikut (Tjiptono, 2014: 318) :

1. Perencanaan Spasial

Beberapa hal yang perlu diperhatikan berupa keseimbangan, susunan bagian, warna dan lain sebagainya. Hal ini perlu dipertimbangkan dan dikembangkan untuk menarik perhatian dan respon orang yang melihatnya.

2. Penataan Ruang

Unsur yang mencakupi yaitu perencanaan interior, seperti penempatan perabotan dan penataan susunan ruangan, desain sirkulasi, dan lain-lain. Seperti memperhatikan dekorasi ruang tunggu dan perlu diperhatikan adalah penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3. Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan/perabotan memiliki fungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau infrastruktur pendukung bagi para pelanggan. Perlengkapan yang dimaksud seperti tersedianya listrik, meja atau kursi tunggu, *Wifi area*, lukisan, peralatan tulis dan lain-lain.

4. Tata Cahaya dan Warna

Penataan cahaya yang diperhatikan dari warna ruangan dan pencahayaan sesuai dengan aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi, memperoleh ketenangan, serta mengurangi kebosanan. Warna yang digunakan untuk

mendesain fasilitas jasa berkaitan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan–pesan yang disampaikan secara grafis

Pesan yang disampaikan adalah penampilan pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu. Seperti lukisan, poster, petunjuk peringatan dan papan informasi (yang ditempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6. Unsur pendukung

Perlu adanya fasilitas pendukung sebagai pendukung dari fasilitas utama. Keberadaan fasilitas utama seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat makan dan minum, musik atau televisi, internet area yang luas dan selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

2.1.3 Keputusan Pembelian

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Untuk membuat keputusan dalam melakukan pembelian, konsumen akan memperhatikan beberapa hal terhadap suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian didasarkan pada dorongan dari dalam diri individu untuk mengambil keputusan guna membeli produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses penyatuan dari sebuah pemikiran dengan memori, memproses informasi dan penilaian secara evaluasi

dalam membuat keputusan terhadap suatu barang atau jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan (Sunyoto, 2015: 88).

Perilaku konsumen adalah suatu perilaku yang dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara mencari informasi, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan suatu produk dan jasa. Perilaku konsumen berpedoman pada perilaku pembelian konsumen akhir dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Priansa, 2017: 61).

Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan fisik individu dalam mengambil keputusan dengan memperhatikan beberapa perkara seperti penilaian, pendapatan, serta penggunaan barang maupun jasa yang dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan (Oentoro, 2012: 77).

Perilaku konsumen adalah proses mempelajari tentang perilaku individu, kelompok, dan organisasi yang memilih, membeli, menggunakan barang atau jasa, maupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian adalah keputusan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa (Marendra, 2018: 38).

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pemecahan masalah oleh individu dalam membuat pilihan dari beberapa alternatif yang sesuai dan memberikan tindakan yang tepat dalam membeli sebuah produk atau jasa melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Zulaicha & Irawati, 2016: 126).

Dari beberapa pernyataan di atas, maka kesimpulan yang diperoleh yaitu keputusan pembelian adalah suatu proses keputusan yang diambil oleh individu

maupun kelompok dalam hal memperoleh dan menggunakan suatu produk maupun jasa yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.

2.1.3.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian

Tahapan yang diperlukan dalam proses membeli yaitu (Sangadji & Sopiah, 2013: 334) :

1. Mengidentifikasi Masalah

Sebelum melakukan pembelian, perlu diketahui mengenai identifikasi masalah atau pengenalan masalah dari kebutuhan yang diperlukan. Kebutuhan tersebut dapat berasal dari tanggapan dari dalam individu maupun luar individu tersebut.

2. Mencari Informasi

Dengan tanggapan dari konsumen yang mendorongnya untuk mencari informasi yang lengkap mengenai barang atau jasa yang akan dibeli untuk kebutuhannya.

3. Penilaian Terhadap Alternatif

Perlu adanya pertimbangan alternatif yang dinilai dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen akan memilih pada apa yang memberikan manfaat yang diinginkan.

4. Keputusan Pembelian

Konsumen membentuk suatu niat untuk pembelian. Dalam menentukan keputusan pembelian tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu faktor internal meliputi harapan konsumen terhadap sebuah merek dan faktor eksternal berupa sikap orang lain.

5. Perilaku Setelah Pembelian

Setelah konsumen mencapai kebutuhan dalam membeli produk atau jasa sesuai keinginannya maka konsumen akan mengevaluasi apakah produk yang dibeli bermanfaat serta memberikan kepuasan atau tidak. Apabila produk tersebut memiliki nilai tambahan tersendiri bagi konsumen, maka besar kemungkinan konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang.

2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen sebagai berikut (Priansa, 2017: 165) :

1. Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial yang sangat penting bagi perilaku pembelian.

a. Budaya

Menciptakan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari individu, keluarganya serta lembaga lainnya.

b. Sub-Budaya

Terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis.

c. Kelas social

Kelas sosial adalah pengkategorian golongan sosial dalam masyarakat dengan nilai, minat dan perilaku yang sama.

2. Faktor Sosial

Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumen seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

a. Kelompok acuan

Kelompok yang memiliki pengaruh baik secara langsung maupun tidak terhadap perilaku individu.

b. Keluarga

Keluarga adalah acuan penting dalam masyarakat untuk mempengaruhi proses pembelian dalam ruang lingkup yang luas.

c. Peran dan Status

Partisipasi seseorang dalam kelompok sepanjang hidup keluarga maupun organisasi.

3. Faktor Peribadi

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya sebagai berikut :

a. Usia dan Siklus Hidup

Setiap orang akan membeli barang yang berbeda pada tingkat usia tertentu dan siklus hidup manusia terhadap pakaian, perabotan, tempat rekreasi serta interaksi dengan manusia.

b. Pekerjaan

Pola konsumsi individu dipengaruhi oleh pekerjaannya, misal seorang direktur memiliki pola konsumsi yang berbeda dengan seorang dokter dan lain sebagainya.

c. Gaya hidup

Pola gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh aktivitas minat dan pendapat yang berbeda-beda.

d. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan karakteristik seseorang yang berbeda dengan orang lain yang mempengaruhi perilaku terhadap lingkungannya.

4. Faktor Psikologi

Keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Motivasi

Dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan.

b. Persepsi

Tanggapan individu untuk melakukan pemilihan, pengorganisasian dan pengintegrasian terhadap informasi untuk menggambarkan arti sesungguhnya.

c. Pembelajaran

Perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d. Sikap

Gambaran pemikiran yang dialami seseorang tentang suatu hal.

2.1.3.4 Struktur Keputusan Pembelian

Keputusan yang dibuat oleh pembeli untuk membeli merupakan sejumlah keputusan. Setiap keputusan pembelian memiliki struktur yang merangkumi beberapa komponen yaitu (Sunyoto, 2013: 85) :

1. Keputusan Tentang Jenis Produk

Konsumen membuat keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan uang tersebut untuk keperluan lainnya. Perusahaan harus

memperhatikan ada orang-orang yang berminat untuk membeli produk serta kebutuhan lainnya yang mereka pertimbangkan.

2. Keputusan Tentang Bentuk Produk

Untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen tentang sebuah produk perusahaan perlu melakukan riset dalam pemasaran agar dapat membuat daya tarik terhadap mereka.

3. Keputusan Tentang Merek

Konsumen akan mengambil keputusan dalam menentukan merek mana yang dipilih dan diinginkannya. Setiap merek memiliki perbedaan, dari itu Perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen dari sebuah merek.

4. Keputusan Tentang Penjualan

Perusahaan perlu memahami bagaimana konsumen memilih penjual sebagai tempat yang dijadikan untuk membeli.

5. Keputusan Tentang Jumlah Produk

Perusahaan perlu mempersiapkan banyak produk sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda.

6. Keputusan Tentang Waktu Pembelian

Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor penentuan waktu pembelian yang mempengaruhi keputusan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat mengatur waktu produksi dan kegiatan pemasarannya.

7. Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen membuat keputusan tentang metode pembayaran produk yang dibeli, apakah secara tunai atau dengan cicilan.

2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian yang perlu diperhatikan sebagai berikut (Priansa, 2017: 123) :

1. Pilihan Produk

Konsumen memutuskan menggunakan uangnya untuk membeli sebuah produk atau untuk kepentingan yang lain. Perusahaan harus memperhatikan orang-orang yang berminat membeli suatu produk yang mereka inginkan.

2. Pilihan Merek

Konsumen akan memilih merek mana yang ingin dibeli. Setiap merek berbeda-beda. Perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3. Pilihan Saluran Distribusi

Konsumen harus membuat keputusan untuk membeli dengan cara yang bagaimana. Setiap konsumen berbeda-beda dalam menentukan cara apa yang digunakan karena faktor harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, lokasi yang memadai, kenyamanan berbelanja, keluasan tempat dan lain sebagainya.

4. Waktu Pembelian

Konsumen memilih waktu belanja atau membeli dalam keadaan berbeda-beda, misalnya melakukan pembelian setiap hari, dua hari sekali, seminggu sekali, tiga kali seminggu, satu bulan sekali dan sebagainya.

5. Jumlah Pembelian

Konsumen memutuskan membelu sebanyak apa produk yang diinginkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang berjudul Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Hasil dalam penelitian ini diperoleh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan berpengaruh positif, simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Gama et al., 2016: 29).

Berdasarkan penelitian dengan judul Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian BBM di SPBU Coco 51.601.108 Mastrip Surabaya. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan didapati tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen sedangkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Ekasari et al, 2018: 3).

Berdasarkan penelitian yang diberi judul Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel *Intervening* Pada Objek Wisata Kota Semarang. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fasilitas dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan keputusan berkunjung sebagai variabel *intervening* pada objek Wisata kota semarang (Mardiyani & Murwatiningsih, 2015: 74).

Berdasarkan penelitian yang berjudul *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on*

PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District).

Teknik sampling yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Anggita & Ali, 2017: 262).

Berdasarkan penelitian yang berjudul *The Influence of Product Innovation and Service Quality to Buying Decision and the Impact to Repeat Buying at Progo Road Bandung*. Teknik sampling yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi keputusan pembelian tidak mempengaruhi pembelian berulang (Lahindah & Siahaan, 2018: 123).

Berdasarkan penelitian yang berjudul *Role of Product Innovation, Quality of Service and Promotion of influence on purchase decision on Omahmu Cafe Lumajang*. Teknik sampling yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil yang didapatkan adalah variabel inovasi produk, kualitas layanan dan promosi secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Omahmu Cafe Lumajang (Ghozali et al, 2019: 318).

Berdasarkan penelitian yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya*. Teknik sampling yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap

keputusan pelanggan pengguna jasa Hotel Oval Surabaya (Desembrianita & Ruslin, 2016: 352).

Berdasarkan penelitian yang berjudul *The Influence of Quality of Service, Transportation's Safety and Security, and Ticket's Price Purchase Decision PT Pelni Route Jakarta - Batam (Research in 2017)*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random proporsional sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, keselamatan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket PT Pelni Route Jakarta – Batam (Romadhoni et al, 2017: 172).

Berdasarkan penelitian berjudul *Influence of Quality Service and Promotion on Purchase Decisions on Indomaret Beringin Tembung*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Hasil penelitian ini berupa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Juliati et al, 2019: 7).

Berdasarkan penelitian dengan judul *Effect Of Service Quality To Purchasing Decision Throught Brand Trust And Brand Image (Study In Gracia Skin Clinic At Semarang City)*. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah non probabilitas sampling. Hasil penelitian yang didapatkan berupa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, serta kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan merek, namun citra merek tidak berpengaruh terhadap kepercayaan merek (Andanawari et al, 2015: 9).

Penelitian dengan judul *The Influence of Service, Facilities And Locations To Purchasing Decisions And Customer Satisfaction On Warkop Dewa Sidoarjo*. Dengan menggunakan teknik analisis adalah *Partial Least Square* (PSL). Hasil penelitian yang didapatkan adalah layanan, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Setyoningrat et al., 2019: 6).

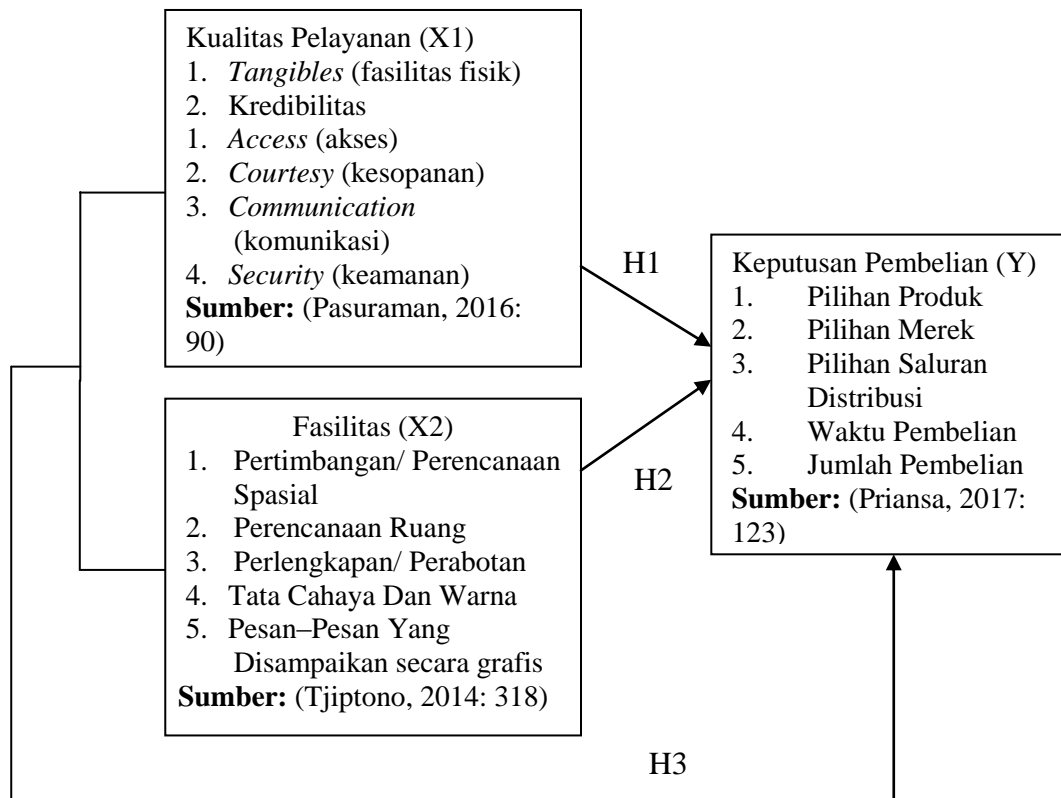
Penelitian yang berjudul *The Influence Of Facility, Discounts, And Word Of Mouth To Purchasing Decision And Customer Loyalty (Study On Customer Of NAV Family Karaoke Dr. Soetomo Surabaya, Branch)*. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kuesioner. Proses pengolahan analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PSL). Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini berupa fasilitas, diskon dan dari mulut ke mulut berpengaruh signifikan dan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan (Purbasari, 2019: 206).

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir membentuk sebuah konsep yang menjelaskan antara hubungan dalam penelitian berdasarkan tinjauan pustaka, teori yang disusun yang berkaitan dengan penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa hubungan variabel secara teoritis sesuai dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini dan penjelasan secara logis variabel-variabel serta hubungan antar variabel. Jika hubungan antar variabel

dijabarkan secara rinci maka permasalahan dalam penelitian ini bisa dikatakan baik.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Penelitian, (2019)

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan kerangka pemikiran, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Diduga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3 : Diduga kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penyusunan Desain penelitian akan menentukan keberhasilan serta kualitas dari suatu penelitian ilmiah. Dengan menyusun desain penelitian akan mengarahkan tentang hal apa yang akan dilakukan dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (Sugiyono, 2012: 11). Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode *survey* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keputusan pembelian pada bus Trans Batam.

Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini ada dua jenis variabel, yakni variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Fasilitas (X_2) serta variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan penilaian dari manusia, objek atau kegiatan yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang ditetapkan dalam sebuah penelitian untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 38). Variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi dari variabel dependen. Variabel penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas.

3.2.1.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan harapan yang dirasakan oleh konsumen akan pelayanan yang diberikan dan memiliki pengaruh besar bagi perusahaan dalam bersaing. Adapun indikator variabel kualitas pelayanan sebagai berikut (Pasuraman, 2016: 90) :

1. *Tangibles* (fasilitas fisik)
2. Kredibilitas
3. *Access* (akses)
4. *Courtesy* (kesopanan)
5. *Communication* (komunikasi)
6. *Security* (keamanan)

3.2.1.2 Fasilitas

Sebelum jasa ditawarkan fasilitas harus sudah ada sebelum pelayanan ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2014: 317). Adapun indikator yang digunakan dalam fasilitas yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 2014: 318) :

1. Pertimbangan / perencanaan spasial
2. Perencanaan ruang
3. Perlengkapan / perabotan
4. Tata cahaya dan warna
5. Pesan–pesan yang disampaikan secara grafis

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel tergantung (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.2.2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan akhir dari konsumen untuk melakukan pembelian pada barang atau jasa untuk pemakaian individu (Armstrong, 2014: 158). Adapun indikator dari keputusan pembelian sebagai berikut (Priansa, 2017: 123):

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Saluran Distribusi
4. Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Kumpulan elemen yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang Transportasi Bus Trans Batam dengan jumlah penumpang yang diambil pada bulan agustus dengan jumlah 135.818 penumpang.

3.3.2 Sampel

Sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012: 81). Apabila populasi besar maka penelitian ini tidak mungkin mempelajari keseluruhan dari populasi yang ada, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pada penelitian ini metode yang digunakan *Non Probability Sampling* dan teknik sampling yang digunakan adalah *sampling incidental*. Teknik *sampling incidental* dalam penelitian ini untuk penentuan sampel dengan cara kebetulan yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu bisa dijadikan sampel yang cocok dan sesuai dengan sumber data dengan usia rentang 18 tahun hingga 50 tahun, minimal sekali pernah menggunakan transportasi bus Trans Batam.

Total populasi yang dipakai pada penelitian ini yaitu dari data jumlah penumpang yang pernah menggunakan Bus Trans Batam pada bulan Agustus 2019 yang berjumlah 135.818 penumpang sebagai penentuan sampel untuk disebarkan kuesioner, peneliti menggunakan rumus Krejcie dan Morgan. Rumus ini dipilih dikarenakan kebutuhan sample yang dapat mewakili anggota populasi, karena disebabkan jumlah populasi penelitian yang cukup besar.

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1-P)}{(N-1) \cdot d^2 + x^2 \cdot P(1-P)} \quad \textbf{Rumus 3.1 Rumus Krejcie Dan Morgan}$$

Sumber: (Juliansyah, 2019: 52)

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Besar populasi

P : Proporsi populasi

d : kesalahan yang dapat ditolerir, yaitu 5% atau 0,05

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P (1 - P)}{(N-1) \cdot d^2 + x^2 \cdot P(1 - P)}$$

$$n = \frac{3,841 \times 135,818 \times 0,25}{(135,817) 0,0025 + 3,814 (0,25)}$$

$$n = \frac{130.419,2345}{340,50275}$$

$$n = 335,019$$

Jadi, berdasarkan hasil pencarian rumus diatas, maka sampel penelitian yang harus diambil yaitu 335,019 dibulatkan menjadi sebanyak 335 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data dari responden (Sugiyono, 2012: 225). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer. Pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

Sumber Primer adalah sumber yang diperoleh secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 137). Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada respondennya yaitu penumpang Bus Trans Batam. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberikan lembaran pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini terdapat pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Tiap pertanyaan atau pernyataan dijawab oleh responden yang digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dalam menyusun kuesioner ini. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012: 93). Penelitian ini menggunakan sejumlah *statement* dengan 5 skala yang menunjukkan setuju terhadap *statement* tersebut.

Tabel 3.1 Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT/PENILAIAN
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Sebelum pertanyaan atau pernyataan diajukan kepada responden penelitian ini, maka dilakukan terlebih dahulu pengujian validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian ini untuk memperoleh hasil apakah daftar pertanyaan yang reliabel dan valid.

2. Studi Pustaka

Untuk memperoleh studi pustaka diperlukan buku-buku yang relevan sesuai dengan judul penelitian ini tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian serta jurnal-jurnal terdahulu dan membaca skripsi senior.

3.5 Metode Analisis Data

Tahapan selanjutnya yang akan dilakukan adalah analisis data dalam mengumpulkan data primer yang terkumpulkan dari lapangan. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikoleniaritas dan uji heterokedastisitas, serta uji pengaruh yang berupa uji regresi linear berganda dan Koefisien determinasi (*Adjusted R²*), serta uji hipotesis secara parsial berupa uji t dan secara simultan dengan uji F.

3.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah proses menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012: 147). Penyajian data dalam statistik deskriptif bisa berupa bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean, persentase dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi. Rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{N(m-1)}{m} \quad \textbf{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Sumber: (Sugiyono, 2012: 147)

Keterangan:

RS = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban pada sampel

Rentang skala pada analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Rentang Nilai

Rentang Nilai	Kriteria
335 – 603	Sangat Rendah
604 – 872	Rendah
873 – 1.141	Sedang/Netral
1.142 – 1.410	Baik/Tinggi
1.411 – 1.679	Sangat Baik/Tinggi

Sumber: Data Penelitian, (2019)

3.5.2 Uji Kualitas Data

Untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas dari butir-butir pernyataan penelitian ini dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25.

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah derajat yang menunjukkan tes untuk mengukur apa yang ingin diukur (Sanusi, 2012: 77). Uji validitas dapat diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS 25. Untuk menentukan layak atau tidaknya sebuah item yang digunakan untuk menguji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0,05 berarti suatu item dianggap memiliki tingkat penerimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Berikut tabel yang menggambarkan range validitas sebagai berikut:

Tabel 3.3 Range Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat / Sangat Tinggi
0,60 – 0,799	Kuat / Tinggi
0,40 – 0,599	Cukup Kuat / Cukup Tinggi
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2015)

Pengambilan keputusan untuk menguji validitas dari pernyataan sebagai berikut (Wibowo, 2012: 37) :

1. Jika r hitung besar dari r tabel, maka item pada pernyataan disimpulkan bahwa berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Apabila r hitung kecil dari r tabel, maka item pada pernyataan disimpulkan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item dan tidak valid.

Uji validitas dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.3 *Pearson Product Moment*

Sumber: (Sugiyono, 2015)

Keterangan :

r = koefisien korelasi r pearson

n = jumlah sampel

x = variabel bebas

y = variabel terikat

Maka keputusan yang diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Maka instrumen penelitian dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Maka instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas merupakan instrumen untuk mengukur sesuatu hal secara konsisten dari masa ke masa. Uji reliabilitas adalah ukuran kestabilan

dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan atau pertanyaan yang berkaitan dengan item dari variabel yang disusun dalam bentuk kuesioner (Sujarweni, 2014: 85).

Untuk mencari nilai reliabilitas digunakan metode *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dengan rumus berikut ini:

$$r_{II} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right] \quad \text{Rumus 3.4 Cronbach's Alpha}$$

Sumber: (Sujarweni, 2014: 87)

Dimana:

r = koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*)

k = jumlah item pernyataan

$\sum ab^2$ = total varian item pernyataan

at^2 = total varian

Beberapa penelitian melakukan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas

a)		
No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: (Wibowo, 2012: 91)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah nilai residual

terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya (Priyatno, 2012: 144).

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan histogram *regression residual*, grafik normal *probability plots*, dan *scatter plot* dan Uji normalitas kolmogorov-smirnov dengan ketentuan pengambilan keputusan yaitu:

1. Berdasarkan histogram *regression residual*, disimpulkan model memiliki distribusi normal jika bentuk kurva menyerupai lonceng.
2. Diagram normal P-P plot *regression standardized*, jika keberadaan titik-titik berada pada sekitar garis dan pada *scatter plot* tampak menyebar, maka model berdistribusi normal.
3. Keberadaan titik-titik pada *scatter plot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu X dan Y, maka data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas dan model berdistribusi normal.

Uji normalitas kolmogorov-smirnov digunakan untuk menguji normalitas data yang banyak digunakan dengan membandingkan data yang berdistribusi normal (Sugiyono, 2015: 156).

Rumusan Hipotesis:

1. H_0 : Tidak terjadinya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transpotasi Bus Trans Batam.
2. H_a : terjadinya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transpotasi Bus Trans Batam.

Kesimpulan yang diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memastikan sebuah pengujian dalam model regresi apakah terdapat korelasi antara variable bebas atau tidak. Model regresi yang diterima seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas diperoleh dari hasil uji VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleran. Toleran digunakan untuk mengukur variabel bebas yang terpilih yang tidak dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ($VIF = 1/tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2018: 136).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menilai apakah terdapat kesamaan atau ketidaksamaan antar varian dari residual. Jika varian dari residual berdistribusi tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak tetap atau berubah disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 137).

Dalam uji heterokedastisitas penelitian menggunakan metode gletser, syaratnya jika terjadi heterokedastisitas apabila signifikan antara variabel independen dan dependen dengan nilai absolut residual lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018: 138).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah pengujian dari satu variabel terikat dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011). Berdasarkan konsep tersebut terdapat persamaan garis regresi yang melibatkan 1 variabel dependen dan 2 variabel independen yang di rumuskan sebagai berikut:

$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 \dots + b_n x_n$	Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda
---	--

Sumber: (Sanusi, 2011)

Dimana:

Y = Variabel terikat (dependen)

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

x_1 = variabel bebas X_1

x_2 = variabel bebas X_2

3.4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*Adjusted* R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2018: 97). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Nilai *adjusted* R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2012: 184)

Nilai koefisien yang mendekati 1 berarti variabel bebas memberikan hampir keseluruhan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Umumnya koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing penelitian, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi. Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25.

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan cara penggunaan tingkat signifikan atau probabilitas dari tingkat kepercayaan (Wibowo, 2012: 124). Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dalam sebuah penelitian, biasanya terdapat dua uji hipotesis yaitu hipotesis nol atau hipotesis H_0 dan hipotesis alternatif atau hipotesis H_a . Dalam penelitian ini menggunakan dua uji berikut ini:

3.5.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018: 98). Jika nilai statistik t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} , maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Hal ini menyatakan bahwa suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dengan asumsi nilai variabel independen lainnya adalah konstan. Untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial dengan (α) yaitu 0,05.

Uji hipotesis secara parsial dengan uji t menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{x} - \mu_o}{s / \sqrt{n}} \quad \text{Rumus 3.6 Uji-t}$$

Sumber: (Sugiyono, 2015)

Rumusan Hipotesis:

H0: Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam.

Ha : Ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam.

Keputusan diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai sig $< 0,05$ maka Ha diterima dan Ho ditolak.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai sig $> 0,05$ maka Ha ditolak dan Ho diterima.

3.5.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji hipotesis secara simultan bertujuan untuk mencari apakah variabel

independen yang diuji ke dalam model statistik mempunyai pengaruh secara simultan bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018: 98).

Pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji f dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{SSR/k}{SSE/[n-(k+1)]}$$

Rumus 3.7 Uji-F

Sumber: (Sanusi, 2011: 244)

Rumusan Hipotesis:

1. Ho: Tidak terjadinya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam.
2. Ha: Terjadinya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus Trans Batam.

Keputusan diambil sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Membandingkan antara F hitung dengan F tabel :
 - a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.
 - b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Berdasarkan Probabilitas Signifikansi :
 - a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak.
 - b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dan pengambilan data dilakukan di Dinas Perhubungan Kota Batam Jl.Jenderal Sudirman No 3, halte-halte pada koridor dan saat bus Trans Batam sedang beroperasi.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Masa penelitian ini berlangsung dari bulan September 2019 sampai dengan bulan Februari 2020. Rincian proses penyusunan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian

Kegiatan	September 2019	Oktober 2019				November 2019				Desember 2019				Januari 2020				Februari 2020
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Mencari Fenomena/ Masalah penelitian																		
Menentukan Judul																		
Mencari Jurnal Pendukung penelitian																		
Studi Pustaka																		
Penentuan Model Penelitian																		
Penyebaran dan Analisis Kuesioner																		
Penyusunan Hasil Penelitian																		
Simpulan dan Saran																		

Sumber: Data Penelitian, (2019)