

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KAPAL PELNI
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Yulita Tutoq
150610090**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KAPAL PELNI
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi Salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Yulita Tutoq
150610090**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Yulita Tutoq

Npm : 150610090

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kapal Pelni Di Kota Batam.

Adalah hasil karya saya sendiri, 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 didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat adanya unsur-unsur PLAGIASI, maka saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 25 Januari 2021



Yulita Tutoq

150610090

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KAPAL PELNI
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

**Oleh
Yulita Tutoq
150610090**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada
tanggal seperti tertera dibawah ini**

Batam, 25 Januari 2021

syaifullah

**Syaifullah,S.E.,M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dalam kebutuhan jasa kendaraan paling penting dan ini dapat dirasakan oleh semesta. Namun, utama dalam masalah membawa penumpang perairan, diberikan agar menanggung tersedianya jasa dalam membawa penumpang dalam kapasitas dan jumlah yang memadai, sehingga dapat memenuhi pemerataan dalam produk, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa serta kualitas ketahanan nasional dalam untai mewujudkan wawasan nusantara. Terutama kebersihan fasilitas yang disediakan di kapal penumpang. Kebersihan fasilitas besar pengaruh kenyamanan penumpang yang ada di kapal pada saat kapal sedang berlayar maupun bersandar di pelabuhan yang ada di Indonesia. Dalam penelitian ini tujuannya adalah agar bisa mengetahui penyebab fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, serta mengetahui fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kapal Pelni. Dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Dan dalam teknik pengumpulan datanya menggunakan penyebaran kuesioner. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan jenis sampling incidental. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian, karena hasil uji diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$, t_{hitung} sebesar 1,674 dengan taraf signifikansi 0,097, sedangkan t_{tabel} diperoleh nilai sebesar 1,984. Sedangkan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, karena didalam hasil ujinya menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 4,464 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Dan ada juga, bahwa ada pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, dengan hasil uji nilai t_{hitung} sebesar 10,629 dengan taraf signifikansi 0,000, dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,465.

Kata Kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Keputusan pembelian

ABSTRACT

In the most important vehicle service needs and this can be felt by the universe. However, the main thing in the matter of carrying water passengers, it is given to bear the availability of services in carrying passengers in sufficient capacity and quantity, so that it can fulfill equity in products, strengthen national unity and integrity as well as the quality of national resilience in the strand of realizing the insight of the archipelago. Especially the cleanliness of the facilities provided on the passenger ship. The cleanliness of the facilities has a big influence on the comfort of the passengers on the ship when the ship is sailing or leaning at ports in Indonesia. In this research, the aim is to know the causes of facilities and service quality towards purchasing decisions, as well as knowing the facilities and service quality together can influence consumer purchasing decisions on Pelni ships. In this study also used descriptive research and quantitative approaches. And in the data collection technique using questionnaires, Meanwhile, sampling using non probability sampling technique with incidental sampling type. From the results of this study indicate that there is no effect of facilities on purchasing decisions, because the test results obtained $t_{count} < t_{table}$, t_{count} is 1.674 with a significance level of 0.097, while t_{table} obtained a value of 1.984. While the effect of service quality on purchasing decisions, because in the test results show $t_{count} > t_{table}$ with the calculation of the t value of 4.464 with a significance level of 0.000, with a value of t_{table} of 1.984. And there is also, that there is an effect of facilities and service quality together on purchasing decisions, with the test results of the f_{count} is 10.629 with a significance level of 0.000, with a value of f_{table} of 2.465.

Keywords: *facilities, service quality, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkah dan perlindunganNya serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Batam. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan pendidikan program studi strata satu (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam .

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik dari keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Tuhan Yang Maha Esa, serta dorongan dari semua pihak akhirnya penulisan skripsi ini mampu terselesaikan. Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
2. Dr. Hendri Herman, S.E.,M.M. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian,S.Kom.,M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam dan selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta meluangkan waktu sehingga skripsi ini telah terselesaikan.
4. Bapak Syaifullah,S.E,M.M selaku dosen pembimbing skripsi program studi manajemen yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta meluangkan waktu sehingga skripsi ini telah terselesaikan.

5. Seluruh dosen dan staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan bantuannya kepada saya akhirnya dapat terselesaikannya studi ini.
6. Orang tua, keluarga serta teman-teman yang selalu mendukung dan mendoakan saya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
7. Dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tanpa harus disebutkan satu-persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas budi baik bapak, ibu dan semuanya. Amin.

Batam, 25 Januari 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink on a light background. The signature is stylized and appears to read 'Yulita Tutoq'.

Yulita Tutoq



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR RUMUS.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2. Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Konsep Teoritis	8
2.1.1. Fasilitas	8
2.2.1 Kualitas Pelayanan.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3.Kerangka Pemikiran	24

2.4. Hipotesis	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Operasional Variabel	28
3.2.1. Variabel Penelitian	28
3.2.2. Definisi Operasional variabel	29
3.3. Populasi dan Sampel	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2 Sampel	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5. Alat Pengukuran Variabel	33
3.6. Metode Analisis Data	33
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	33
3.6.2. Uji Kualitas Instrument	34
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	35
3.6.4. Uji Pengaruh	36
3.6.5 Uji Hipotesis	37
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian	38
3.7.1. Lokasi Penelitian	38
3.7.2. Jadwal Penelitian	38
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Hasil Penelitian	39
4.1.1. Profil Responden	39
4.1.2. Analisis Deskriptif	41
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Instrument	50
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	57
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	59
4.2. Pembahasan	61
4.2.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian	61

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.2.3 Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V	63
KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67
LAMPIRAN 1: DAFTAR RIWAYAT HIDUP	67
LAMPIRAN 2 : PENDUKUNG PENELITIAN	68
LAMPIRAN 3 : HASIL PENGOLAHAN SPSS	84
LAMPIRAN 4 : TABEL R	99
LAMPIRAN 5 : TABEL F	104
LAMPIRAN 6 : TABEL T	108
LAMPIRAN 7 : Surat Permohonan Izin Penelitian Universitas Putera Batam	109

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Populasi Tidak Diketahui	31
Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fasilitas	1
Tabel 1. 2 Jumlah Penumpang Dalam Negeri	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Variabel Operasional	30
Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	33
tabel 3. 3 Jadwal Penelitian	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Usia Responden	39
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	40
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden	41
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Fasilitas	42
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Independen X1	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Independen X2	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Dependen Y	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	56

Tabel 4. 14 Hasil Uji Heterokedastisitas	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Determinasi	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji T	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji F	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitia.....	27
Gambar 4. 1 Histogram.....	54
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-P Plot Reression.....	54



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Isa, Lubis and Caniago, 2019). Indonesia adalah salah satu negara kepulauan, sehingga sarana angkutan laut memiliki peran penting untuk menghubungkan suatu daerah dengan daerah yang lain. Salah satu sarana angkutan laut yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah kapal Pelni.

Kapal Pelni merupakan pilihan terbaik untuk masyarakat menengah dan kelas ekonomi. Karena harga dan barang - barang yang dibawah seperlunya tidak dikenakan biaya jika barang yang dibawah melebihi 50 kg maka barang-barang tersebut akan di alihkan ke bagasi atau cargo tergantung jenis barangnya , oleh sebab itu, bisa dijangkau oleh masyarakat menengah baik pun kelas ekonomi.(Ressa, Soegoto and Jorie, 2019) .

Tiap perusahaan mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang ada dalam pemasaran. Tujuan tersebut adalah perusahaannya bisa di pertahankan dan tetap berkembang. Yang dimaksud dalam penelitian disini adalah meningkatkan fasilitas perusahaan.(Ressa, Soegoto and Jorie, 2019).

Table 1.1 fasilitas

No	Nama fasilitas	Jumlah	Keadaan fasilitas
1	Ruang Tidur	17	Kurang
2	Tempat sampah	2	Rusak
3	Kamar Mandi	2	Kotor
4	Ruang makan	1	Kericuhan

Sumber : hangtuah.ac.id

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa kasur atau matras pada kapal Pelni khususnya di kelas ekonomi dalam satu set tempat tidur berjumlah 17, banyak penumpang yaang mengalami kekurangan penyebabnya yaitu ada yang hilang dan juga rusak. Sehingga penumpang ada yang tidak mendapatkan tempat tidur. Tempat sampah pada kapal pelni dalam satu set jumlahnya 2, ada yang

dalam keadaan rusak di karenakan ada penumpang yang tidak sadar akan kewajibannya, bahkan anak buah kapal sendiri kurang memperhatikan dengan benar sehingga dapat menimbulkan bau yang kurang sedap di dalam kapal. Sedangkan kamar mandinya ada 2 yang terdiri dari laki-laki dan perempuan, akan tetapi konsumen atau penumpang tidak menggunakannya dengan baik sehingga menimbulkan disetiap kamar mandi itu menjadi kotor dan penyaluran air menjadi kakus. Ruang makan ketika konsumen mengambil jatah makan dengan beramai-ramai yang munculnya kedisiplinan yang membuat ruangan menjadi kericuhan, hal tersebut menyebabkan jumlah pangan yang telah di hitung sesuai jumlah penumpang menjadi berkurang jika kehilangan tiket. (Nurdin, 2020)

Selain itu, ada sumber interview tentang masalah berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti mengenai fasilitas umum dalam kapal Pelnis adalah komplain dari penumpang khususnya penumpang kelas ekonomi bahwa fasilitas pada kapal Pelnis kurang maksimal seperti air dalam kamar mandi mati dan tisu berkurang, minimnya kapasitas yang menyebabkan penumpang banyak yang mengisi lorong-lorong jalan dalam kapal, sampah berserakan yang menimbulkan bau yang tidak sedap di dalam kapal, dan suhu kurang pas yang membuat ruangan dalam kapal panas. Maka dari itu, dalam penilitan ini fasilitas sangatlah penting bagi penumpang, sehingga pemilik jasa harus memperhatikan hal yang dimaksud yaitu fasilitas- fasilitas tersebut agar diperbaiki. (Ressa, Soegoto and Jorie, 2019)

Dengan kesadaran penumpang akan pentingnya pelayanan itu sendiri, maka setiap orang yang menggunakan transportasi laut, udara maupun darat, adanya penumpang yang mengeluarkan penilainya terhadap kualitas yang diberikan oleh para staf atau pemberi jasa. Berdasarkan wawancara antara peneliti dengan salah satu penumpang yang pernah melakukan perjalanan palang ke tempat tujuannya, bahwa pelayanan yang diberikan oleh pemilik jasa atau staf-stafnya tidak akurat. Penumpang merasa pemberi jasa tidak melayani dengan penuh dalam proses perjalanan penumpang ke tempat tujuannya. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan juga kurang efektif dan efisien, sehingga penumpang

berpendapat bahwa pelayanan tersebut masih kurang tepat. (Ressa, Soegoto and Jorie, 2019).

Dilihat dari sisi lain yaitu jadwal makan. Seharusnya menyiapkan makanan sesuai waktu yang diberikan pemilik jasa. Akan tetapi jadwal yang diberikan tidak sesuai dengan yang sudah dijadwalkan, Sehingga makanan yang diberikan banyak yang dibuang penumpang karena tidak bisa dapat dimakan. Selain itu, informasi mengenai kedatangan atau sandarnya kapal tidak sesuai seperti yang tertera dalam tiket, sehingga penumpang ada yang ketinggalan. (Ressa, Soegoto and Jorie, 2019).

Tabel 1.2 Data Penumpang Dalam Negeri
Periode Januari – Mei 2019

No	Bulan	Jumlah Penumpang
1	Januari	11.842
2	Februari	13.971
3	Maret	15.078
4	April	16.634
5	Mei	19.659
Jumlah		77.184

Sumber : Bisnisnews.id

Pada tabel diatas diketahui bahwa jumlah penumpang kapal laut disetiap periode. Namun, secara menyeluruh jumlah penumpang dari bulan Januari 2019 sampai bulan Mei 2019 mengalami peningkatan, akan tetapi tidak maksimal dengan jumlah yang sesungguhnya yaitu 36.913 penumpang untuk tiap bulannya.

Pada Januari 2019 berjumlah 11.842 penumpang. Hal tersebut berdampak dari fisik kapal yakni fasilitas yang diberikan kurang lengkap, menarik dan tidak dipergunakan dengan dengan baik dan penampilan pada tenaga kerja yang kurang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga pada bulan Januari jumlah penumpang masih di bawah angka 36.913. Bulan Februari 2019 berjumlah 13.971 penumpang,. Penyebabnya adalah tenaga kerja pada kapal PelnI tidak

memberikan pelayanan secara cepat dan tepat dan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen sangat cukup, sehingga jumlah penumpang masih juga rendah. Dan pada bulan Maret 2019 sebesar 15.078 penumpang, itu pun masih rendah di bawah angka 36.923 orang, dampaknya yaitu karyawan kurang memiliki sikap yang ramah terhadap penumpang dan tidak memberikan pelayanan yang cepat terhadap keluhan penumpang.

Sementara , pada bulan April 2019 sebanyak 16.634 penumpang, yang menjadi permasalahan adalah jam operasional yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, dan tidak sungguh merepon permintaan konsumen. Sehingga penumpang tidak mencukupi sampai 36.913 penumpang pada bulan April tersebut. Sedangkan bulan Mei 2019 sebanyak 19.659 penumpang. Lebih sedikit meningkat, karena tepatnya hari raya Idul Fitri, Idul Adha sehingga banyak penumpang yang memilih untuk menjangkau ke tempat tujuannya menggunakan kapal Pelni. Akan tetapi ada penyebabnya yaitu karena pelayanan yang kurang maksimal yang mana penumpang merasa tidak nyaman dan keselamatam penumpang yang diabaikan.

Badan pusat statistik juga melaporkan 2,1 juta penumpang diberangkatkan selama bulan Mei 2019 atau naik 15,88 persen dibandingkan dengan bulan April 2019, sebut Direktorat Jenderal Perhubungan Laut mencatat, arus penumpang kapal laut mengalami peningkatan 18,67 persen. (<https://www.bisnisnews.id>)

Tingginya penumpang tersebut merupakan gejala meningkatnya keinginan masyarakat tentang moda transportasi laut . oleh sebab itu, pelayanan pun diperbaiki agar semakin bagus lagi .

Keputusan pembelian yaitu sebagai perilaku konsumen yang mana konsumen atau penumpang yang melakukan perjalanan ke tempat tujuannya menggunakan moda transportasi laut akan merasa puas akan kualitas pelayanan yang baik dan juga menikmati fasilitas-fasilitas yang diberikan pemilik jasa. Dalam hal ini perilaku konsumen atau keputusan pembelian itu tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

Dapat dijelaskan disini bahwa perilaku konsumen adalah apa yang menjadi keinginan penumpang. Akan tetapi keinginan yang diberikan pemilik jasa tidak sesuai dalam hal ini harga jajan yang lebih mahal, dan juga kebutuhan lainnya yang diinginkan penumpang.

Berdasarkan penjelasan yang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul mengenai : **Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kapal Pelni Di Kota Batam.**

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian pendahuluan diatas, terdapat masalah yang diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa fasilitas yang kurang maksimal dan minim bagi penumpang.
2. Terjadinya ketidakpuasan konsumen yang dikarenakan dari kualitas pelayanan yang tidak memenuhi harapan.
3. Adanya keputusan pembelian konsumen yang diberikan belum memenuhi harapan serta keinginan dari konsumen karena masih kurangnya kualitas pelayanan dari sebuah perusahaan terkait.

1.3. Batasan Masalah

Dari pendahuluan serta identifikasi masalah yang penulis paparkan, berkaitan dengan pokok kajian peneliti dan mempertibangkan terbatasnya kemampuan dalam peneliti, biaya dan waktu peneliti, sehingga penelitian ini mesti di batasi dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini semata-mata mengenai fasilitas, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

2. Pada objek penelitian ini hanya dibatasi dibagian pemasaran kapal Pelni.
3. Penelitian ini yang diteliti ialah penumpang atau konsumen yang menggunakan kapal Pelni sebagai alat transportasi laut menuju pelabuhan yang ada di Indonesia .

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, menyatakan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kapal Pelni di Kota Batam ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kapal Pelni di Kota Batam ?
3. Bagaimana fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kapal pelni di Kota Batam?

1.5. Tujuan penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen kapal Pelni di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen kapal Pelni di Kota Batam

3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kapal Pelni di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian.

1.6.1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini, dapat menjadi bekal pembelajaran yang dapat bermanfaat dan juga dapat menambah pengetahuan terkait dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Untuk Organisasi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi menganut sebagai bahan referensi bagi pemilik jasa agar mengoptimalkan perusahaan yang menjadi panutan dalam menganalisis penelitian supaya perusahaan menjadi baik dimasa depan.

2. Untuk Penulis

Dapat menambah masukan atau wawasan serta pengalaman peneliti agar dapat memenuhi ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh selama di perkuliahan maupun keadaan di lapangan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Teoritis

2.1.1. Fasilitas

2.1.1.1. Pengertian Fasilitas

Menurut Kotler yang dikutip oleh (Krisdayanto and Haryono, 2013). Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Sedangkan menurut Lupioadi yang dikutip oleh Indra Lutfi Sofyan, (2013). Fasilitas adalah penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan.

Penjelasan lainnya menurut Tjiptono yang dikutip oleh (Sofyan, Pradhanawati and Nugraha, 2013). Fasilitas merupakan desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang mana untuk memperlancar dan mempermudah konsumen, agar konsumen merasa tertarik dan puas dengan peralatan maupun kemampuan yang diberikan oleh perusahaan.

2.1.1.2 Jenis – Jenis Fasilitas Kapal

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh (Sofyan, Pradhanawati and Nugraha, 2013). Ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu :

1. Pertimbangan atau Perencanaan Parsial.

Aspek yang mencakupi patokan, tekstur, dan berbagai macam peralatan lainnya yang menjadi bahan pertimbangan, dikombinasikan, dan disebarakan agar dapat memancing respon dari orang yang memakainya.

2. Perancang Ruang

Meliputi perencanaan departemen dan komposisi yaitu tataletak peralatan dan kelengkapan didalam kawasan, dan arsitekstur lainnya. Misalnya tata letak ruang ibadah yang menjadi perhatian selain ruangan, perlu juga perlengkapan alat yang dibutuhkan dalam beribadah.

3. Perlengkapan ataupun Perabotan

.Yang berfungsi sebagai alat perlindungan benda-benda yang berharga untuk pertanda bahwa perabotan menamcing konsumen. Pelanggan.

4. Tata cahaya

Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

5. Warna-Warna

Digunakan untuk mrningkatkan ketetapan, yang menimbulkan pendapat yang baik, dan bisa mengurangi tingkat keburukan. Warna yang digunakan untuk departemen fasilitas jasa keterkaitan dengan efek emosional dari warna yang menjadi pilihan.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Merupakan pencitraan, tataletak, seleksi bentuk fisik, seleksi warna, pencahayaan dan seleksi bentuk perwajahan lambang ataupun tanda yang digunakan dengan maksud tertentu.

2.1.1.3. Manfaat Fasilitas

1. Pelayanan keselamatan

Yang terdiri dari informasi dan fasilitas keselamatan, dan informasi dan fasilitas kesehatan.

2. Pelayanan keamanan dan ketertiban

Terterdiri dari naik turun penumpang kapal, petugas keamanan, informasi gangguan keamanan serta peralatan dan pendukung keamanan.

3. Pelayanan kehandalan

Terdiri dari kemudahan untuk mendapatkan tiket dan informasi mengenai jadwal keberangkatan dan kedatangan kapal.

4. Pelayanan kenyamanan

Terdiri dari toilet, tempat ibadah, lampu penerangan, fasilitas kebersihan, fasilitas pengatur suhu, ruang pelayanan kesehatan dan area merokok.

2.1.1.4. Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas yaitu, sebagai berikut :

1. Pelayanan Keselamatan yaitu kondisi dimana konsumen merasa aman dalam proses penyeberangan.
2. Pelayanan Keamanan yaitu suatu kondisi dimana konsumen dalam keadaan baik.
3. Pelayanan Kebersihan yaitu sesuatu yang perlu diperhatikan dengan baik dan teratur agar konsumen merasa senang dan tertarik dalam penyeberangan menggunakan kapal pelni.
4. Pelayanan Kenyamanan yaitu perasaan konsumen merasa nyaman.

2.2.1 Kualitas Pelayanan

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Crosby seperti dikutip oleh (Isa, Lubis and Caniago, 2019). Kualitas (*quality*) atau mutu merupakan penyesuaian terhadap persyaratan. Persyaratan perlu dispesifikasikan dengan jelas supaya semua orang untuk mengetahui apa yang diharapkan konsumen.

Kualitas mempunyai efek langsung terhadap prestasi jasa, sehingga kualitas mempunyai hubungan kuat dengan nilai dan kepuasan penumpang, maka dari itu, kualitas dapat didefinisikan lepas dari kejelekan, namun perusahaan memusat kepada konsumen mendefinisikan sesungguhnya kualitas didasarkan penciptaan nilai dan kepuasan penumpang maupun konsumen.

Menurut Kotler dan Stanton yang dikutip oleh (Isa, Lubis and Caniago, 2019). Menjelaskan bahwa jasa pada dasarnya merupakan sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Layanan yang teratur merupakan pelayanan yang dilakukan secara simpatik, setimpal, akurat, dan etitit yang patut, supaya kebutuhan maupun kepuasan untuk yang menerima dapat terpenuhi. maka ketika pengelolaan dengan kualitas yang efektif , sehingga mewujudkan kepuasan konsumen kepada pemilik jasa.

Menurut Berry dan Parasuraman seperti yang dikutip oleh (Lestari and Untari,2018). “Kualitas pelayanan akan mendorong terwujudnya kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen merupakan suatu faktor penentu keputusan pembelian konsumen, dimana kepuasan konsumen terbentuk maka pertumbuhan perusahaan juga akan terjamin”.

Dari penjelasan di atas peneliti mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang di berikan perusahaan untuk memuaskan konsumen. Kualitas dalam hal ini nilai untuk memenuhi kebutuhan konsumen sedangkan pelayanan yaitu jasa yang disampaikan pemilik perusahaan untuk, kemampuan, mempermudah, mempercepat, keramahtamaan, dan hubungan yang berikan sikap dan tingkah laku yang baik untuk kepuasan konsumen. Sehingga kualitas pelayanan diartikan sebagai perbandingan keberadaan antara pemilik perusahaan dan konsumen.

2.2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu hal yang paling penting didalam sebuah perusahaan. Yang mana kualitas pelayanan menjadi dasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal memberikan kualitas pelayanan yang efektif, baik, dan terakurat.

Menurut Berry dan Parasuraman seperti yang dikutip oleh (Isa, Lubis and Caniago, 2019), bahwa ada lima pokok dimensi kualitas pelayanan yaitu, sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu sesuatu yang berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2. Kehandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan daya tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, berupa bebas dari bahaya, risiko atau ragu-ragu
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dan kelancaran dalam melakukan hubungan dengan konsumen

2.2.1.3 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan harus mampu memenuhi prinsip utama dari kualitas pelayanan agar dapat menimbulkan image yang baik bagi perusahaan serta dapat melaksanakan kualitas yang baik terhadap konsumen. Enam prinsip pokok kualitas pelayanan, menurut Wolkins dalam (Marwa,2019), meliputi:

1. Kepemimpinan

Kualitas didalam strategi perusahaan harus menjadi gagasan dan tanggungjawab dari manajemen pusat. Manajemen pusat harus lebih mengatur perusahaan agar dapat meningkatkan kemampuan keunikannya. Tanpa adanya pemimpin dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan hanya berefek rendah terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Seluruh personal perusahaan dari manajemen pusat sampai tenaga kerja operasi wajib mendapatkan pendidikan tentang kualitas. Bagian-bagian yang ingin mendapatkan tekanan dalam pendidikan, seperti rancangan kualitas menjadi program bisnis, peralatan dan cara penerapan program kualitas serta keterlibatan manajer selagi masih penerapan program kualitas tersebut.

3. Perencanaan

Merupakan metode perancangan kebijakan yang wajib mencangkupi ukuran dan tujuan kualitas yang dapat digunakan dalam mengarahkan terhadap pemilik jasa agar wawan dapat tercapai.

4. Review

Merupakan metode yang sangat efisiensi terhadap manajemen supaya perubahan karakter lembaga. Hal tersebut adalah sesuatu proses yang melindungi adanya kepedulian yang harmonis dan terbuka agar dapat tercapainya tujuan kualitas tersebut.

5. Komunikasi

Lembaga dapat mempengaruhi proses hubungan didalam perusahaan. Hubungan atau komunikasi itu tetap dilaksana dengan tenaga kerja, konsumen, dan stakeholder perusahaan laina, misalnya pemasuk, pemegang jasa, pemerintah, dan lain lain sebagainya.

6. Penghargaan dan Pengukuran

Yaitu bagian yang penting dalam penerapan sistem kualitas. Tiap-tiap pegawai yang prestasinya baik harus diperbolehkan penghargaan dan prestasi tersebut dapat dipuji. Supaya dapat mendongkrak semangat, kebijakan pekerjaan, perasaan bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam kelembagaan, dan pada akhirnya dapat diberikan peranan kepada pemilik jasa serta penumpang yang dilayanin.

2.2.1.4 Pengukuran Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya ukuran kualitas disuatu jasa atau konsekuensi mendkati ukuran dalam kepuasan konsumen, yakni ditegaskan oleh faktor pengharapan dan kemampuan yang dirasakan. Agar jasa dapat terolah dengan efektif dan kualitasnya juga akurat, maka yang berkaitan dengan sebab kekalahan perusahaan. Menurut Tjiptono yang dikutip oleh (Marwa,2019). Mengemukakan lima gap tersebut sebagai berikut:

1. Gap antara konsumen dan presepsi manajemen
2. Gap antara presepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa
3. Gap antara sepsifikasi kualitas jasa dan cara penyampaian
4. Gap antara penyamapaian jasa dan cara menyamapaikannya
5. Gap anantara jasa yang dirasa dan pengharapan

2.2.1.5 Sifat - Sifat Konsumen Dalam Kualitas Pelayanan

Dalam melayani konsumen alangkah baiknya seseorang pemasar harus bisa mengerti dan memahami, dengan sifat-sifat disetiap penumpangnya. Hal tersebut dikarenakan masing-masing orang mempunyai ciri-ciri yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh agama, suku, pengalaman, pendidikan dan lain-lain. Pada umumnya, tiap-tiap konsumen mempunyai keinginan yang persis, adalah ingin dipenuhi keinginan dan juga kebutuhannya serta selalu ingin mendapatkan perhatian. Berikut adalah sifat-sifat konsumen yang harus dikenalkan, yaitu:

1. Penumpang Ingin Dianggap Seperti Raja

Maksudnya seseorang dikatakan raja maka harus memenuhi seluruh kemauannya dan juga kebutuhan. Layanan yang diberi harus persis melayani seseorang raja dalam maksud lagi dalam garis-garis etika dan kebijakan yang tidak meremehkan pemilik jasa atau perusahaan tersebut.

2. Mau Dipenuhi Keinginan Dan Kebutuhannya

Kehadiran penumpang ke perusahaan adalah sesuatu teknik untuk terpenuhinya keinginan dan kebutuhan penumpang.

3. Tidak Mau Didebat Dan Tidak Mau Disinggung

Tiap-tiap layanan memberikan situasi kemanusiaan dan lemah lembut. Seseorang pemasaran tetap bersikap bijaksana didalam memberikan pendapatnya supaya penumpang tidak kesinggung.

4. Konsumen Ingin Supaya Diperhatikan

Hasdirnya penumpang pada perusahaan pada dasarnya menginginkan agar perhatian. Skali-skali jangan menyepele ataupun melepaskan penumpang, kasikan kepedulian dengan sepenuhnya supaya perhatiannya benar-benar dirasakan.

5. Konsumen Merupakan Sumber Pendapatan Bagi Perusahaan

Pemilik perusahaan dan jasa merupakan pendapatan utama perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, apabila penumpang tidak memanfaatkan secara optimal, maka tersia-sianya sumber pendapatan perusahaan.

2.2.1.6. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan antara lain:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) mencakup kemampuan dan penampilan yang baik dalam pelayanan terhadap konsumen.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan pelayanan dalam melayani konsumen yang tepat waktu konsisnten dan kecepatan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu daya tanggap pelayanan yang diberikan pelayan kepada konsumen.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan pelayanan yang diberika kepada konsumen dapat dipercaya dan membuat konsumen merasa amam dan terjamin.
5. Empati (*Empathy*) yaitu pemberian perhatian dan komunikasi yang baik terhadap konsumen.

2.2.3. Keputusan Pembelian

2.2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Suharno yang dikutip (Broto and Wenas, 2016). Keputusan pembelian merupakan tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannyadan melakukan pembelian, serta mengkonsumsinya.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip Virgia Broto (2016). Keputusan pembelian merupakan keputusan-keputusan untuk menerus atau tidaknya pembelian.

Menurut (Broto and Wenas, 2016). Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akhir dari konsumen dalam melakukan suatu pembelian atau tidak sama sekali.

Kesimpulan dari penjelasan diatas yaitu suatu proses pengambilan keputusan atau perilaku konsumen yang di berawalan dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi dan keputusan untuk mendapatkan ataupun kebutuhan yang sesuai.

2.2.3.2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Didalam sistem pembelian yang defenit meliputi beberapa urutan sebab akibat sebagai berikut, yang mana secara terperinci langkah-langkah tersebut akan terurai seperti :

1. Menngenal Permasalahan, merupakan langkah awal proses pembebelian saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan, pembeli sadar akan perbedaan yang didapat antara keadaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan.
2. Mencari Berita, langkah kedua seseorang penumpang ketika timbulnya minat atau kepingin, sehingga dapat mendorong untuk mencari berita atau informasi lebih akurat.
3. Penumpang bisa membedakan dua langkah diatas yakni keberadaan langkah mencari berita atau informasi cukup lumayan agar meningkatkan perhatian.
4. Secara Umum jumlah kegiatan pencarian konsumen akan dapat meningkat bersamaan dengan konsumen berpindah dari situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang esktensif.

2.2.3.3 Peranan Keputusan Pembelian Konsumen

- 1) Pencetus ide merupakan seseorang yang pertama kali mengusulkan ide untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu.
- 2) Pemberi pengaruh meruakan seseorang yang pandangan atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembelian.
- 3) Pengambil keputusan merupakan seseorang yang memutuskan setiap komponen dalam keputusan pembelian.
- 4) Pembeli merupakan seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya dan pemakai yaitu seseorang yang mengkonsumsi produk tersebut.
- 5) Pemakai merupakan orang yang menggunakan atau mengomsumsi jasa mau produk.

2.2.3.4. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen

Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen antara lain:

- 1) Hal positif yaitu sikap atau gambaran konsumen tentang suatu produk
- 2) Keputusan pembelian yaitu pemikiran individu dalam memutuskan suatu produk
- 3) Informasi pihak lain yaitu produk yang telah dipergunakan di informasikan kepada pihak lain.
- 4) Pembelian ulang yaitu merasa puas dengan produk yang sebelumnya maka konsumen akan melakukan kembali pembelian.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dirincikan dalam sebuah tabel agar dapat menjadi suatu referensi dan perbandingan untuk penelitian ini. Manfaatnya untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, dan sekaligus menjadi bahan perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya. Kajian yang digunakan mengenai fasilitas dan kualitas pelayanan yang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu, sebagai berikut :

Nama peneliti Heru sucionto (2017), nama jurnal Journal ekonomi dan manajemen, judul penelitian Pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian, hasil penelitian yaitu Pengaruh harga, kualitas produk, dan distribusi berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian, dimana uji t (persial) mendapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$. <http://sinta.ristekbrin.go.id>

Nama Dedhy pradana (2017) , nama jurnal ekonomi dan manajemen, judul penelitian Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhdap keputusan pembelian sepeda motor honda, hasil penelitian Berdasarkan uji f dan uji t, hasil yang diperoleh bahwa variabel harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. <http://sinta.ristekbrin.go.id>

Nama penelitian Amrullah, pamasang,s(2016), nama jurnal ekonomi dan manajemen, judul penelitian Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan

terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda, hasil penelitian kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. <http://sinta.ristekbrin.go.id>

Nama penelitian Samuel pandhega (2016), nama jurnal ilmiah manajemen, judul penelitian Pengaruh persepsi merek jasa terhadap service quality, value dan loyalitas pelanggan: studi industri low cost airlines indonesia, hasil penelitian Image merek berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa dan nilai pelanggan sedangkan kepercayaan terhadap karyawan dan juga biaya hanya berpengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan. <https://doaj.org/>

Nama penelitian Ari setyaningrum (2016), nama jurnal ilmiah manajemen, judul penelitian Service quality dan kepuasan konsumen: studi empiris dan implikasinya pada toko online, hasil penelitian Dimensi empathy merupakan dimensi service quality yang menjadi determinan utama dari kepuasan terhadap toko online, dan dimensi tangibility, reliability dan responsiveness ditemukan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap toko online sedangkan dimensi assurance berpengaruh negative pada kepuasan konsumen terhadap toko online. <http://doaj.org/>

Nama penelitian Seanewati oetama (2017), nama jurnal Jurnal terapan manajemen dan bisnis, judul penelitian Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pt.bank mandiri (persero) tbk , hasil penelitian Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. <https://scholar.google.co.id>

Nama penelitian Syaifullah (2018), nama JIM UPB, judul penelitian Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt pegadaian (persero) batam, hasil penelitian Nilai R square sebesar 0,135 atau 13,5% dari nilai dapat diketahui citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,5% sedangkan sisanya sebesar 86,5% oleh faktor lain. <https://scholar.google.co.id>

Nama peneliti M.mujiyaulkhaq (2020), nama jurnal Industri engineering & management systems, judul penelitian Assessing mobile location-based service (m-lbs) quality: a combination of m-lbs quality scale and importance-performance

analysis, hasil penelitian This study tried to assess the m-lbs quality using the m-lbs quality scale and combine it with the importance-performance analysis (ipa) model. the m-lbs quality scale has been shown to be statistically reliable and valid for use in measuring the m-lbs quality. <https://www.scimsgojr.com/>

Dari rincian diatas berikut ini adalah tabel penelitiannya yaitu, sebagai berikut :

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Tjia and Kadafi, (2017) Sinta 5	Journal ekonomi dan manajemen	Pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian	Regresi Linear Berganda	Pengaruh harga, kualitas produk, danm distribusi berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian, dimana dalam uji t (persial) mendapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$

TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

2	Pradana, Hudayah and Rahmawai , (2018) Sinta 5	Jurnal ekonomi dan manajemen	Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand imaje terhadap keputusan pembelian motor	Regresi Linear Berganda	Berdasarkan uji f dan uji t, hasil yang diperoleh bahwa variabel harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3	(Siburian and Za, 2016) Sinta 5	Jurnal ekonomi dan manajemet	Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhdap keputusan pembelian sepeda motor honda	Regresi Linear Bergaanda	kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhdap keputusan pembelian

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

4	Pandhega, (2016) DOAJ	Jurnal ilmiah manajemen	Pengaruh persepsi merek jasa terhadap service quality, value dan loyalitas pelanggan: studi industri low cost airlines indonesia	Regresi Linear Berganda	Imaje merek berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa dan nilai pelanggan sedangkan kepercayaan terhadap karyawan dan juga biaya hanya berpengaruh sifnifikan terhadap nilai pelanggan
---	-----------------------------	----------------------------	--	----------------------------	--

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

5	Ari setiyaningrm (2016) DOAJ	Jurnal ilmiah manajemen	Service quality dan kepuasan konsumen: studi empiris dan implikasinya pada toko online	Regresi Linear Berganda	Dimensi empathy merupakan dimensi service quality yang menjadi determinan utama dari kepuasan kepuasan terhadap toko online, dan dimensi tangibl, reliability dan responsiveness ditemukan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap toko online sedangkan dimensi assurance berpengaruh negative pada kepuasan konsumen terhadap toko online.
---	------------------------------	-------------------------	--	-------------------------	--

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

6	Seanewati oetama (2017) Scholar Google	Jurnal terapan manaje men dan bisnis	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pt.bank mandiri (persero) tbk	Regresi linear berganda	Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
7	(Syaifullh and Mira, 2018) Scholar Google	JIM UPB	Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt pegadaian (persero) batam	Regresi Linear Berganda	Nilai R square sebesar 0,135 atau 13,5% dari nilai dapat diketahui citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,5% sedangkan sisanya sebesar 86,5% oleh faktor lain.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Lanjutan

8	(Ulkhag <i>et al.</i> , 2020) Internasio nal	Industri engginge ring & manage ment systems	Assessing mobile location-based service (m-lbs) quality: a combination of m-lbs quality scale and importance- performance analysis	Cronbach's alpha for each dimension of m- LBS quality scale dan IPA diagram of the object of the research.	This study tried to assess the m- lbs quality using the m-lbs quality scale and combine it with the importance- performance analysis (IPA) model.the m-lbs quality scale has been shown to be statistically reliable and valid for use in measuring the m-lbs quality
---	--	---	--	---	--

2.3.Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2014). Kerangka berpikir adalah kerangka konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah model atau gambaran berupa konsep tentang bagaimana hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya.

2.3.1 Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Lupioadi yang dikutip oleh Indra Lutfi Sofyan, (2013). Fasilitas adalah penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya

dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan.

Berdasarkan hasil peneliti bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yaitu adanya pengaruh antara fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen.

2.3.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

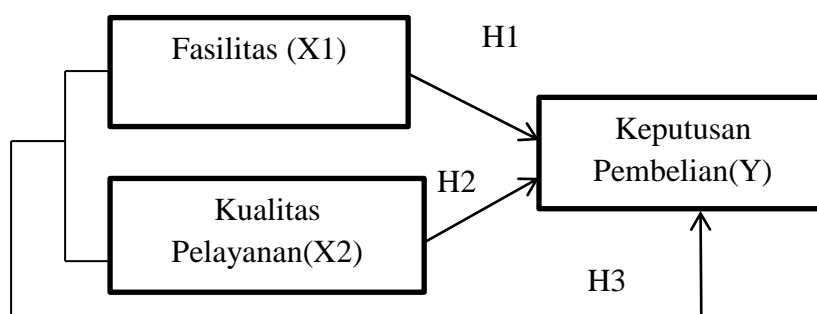
Menurut Kotler dalam Tjiptono yang dikutip oleh (Indra Lutfi Sofyan, 2013). Kualitas pelayanan ialah menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kesimpulannya adalah sesuatu keunikan bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik untuk mendongkrak keminatan konsumen.

Berdasarkan hasil peneliti bahwa adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2.3.3 Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen

Dengan kualitas yang baik dan profesional, fasilitas yang memadai dan moderan, dan harga yang sangat terjangkau buat masyarakat ataupun konsumen. Oleh sebab itu adanya hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun di kerangka penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Menurut (Sugiyono,2015,64). Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang mana dalam rumusan masalah penelitian ini dirumuskan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan teori hipotesis ini, maka dapat diuraikan beberapa dugaan sementara mengenai fasilitas dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

1. H1 : Diduga terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada kapal Pelni di Kota Batam.
2. H2 : Diduga terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kapal Pelni di Kota Batam.
3. H3 : Diduga terdapat pengaruh signifikan fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian pada kapal Pelni di Kota Batam.

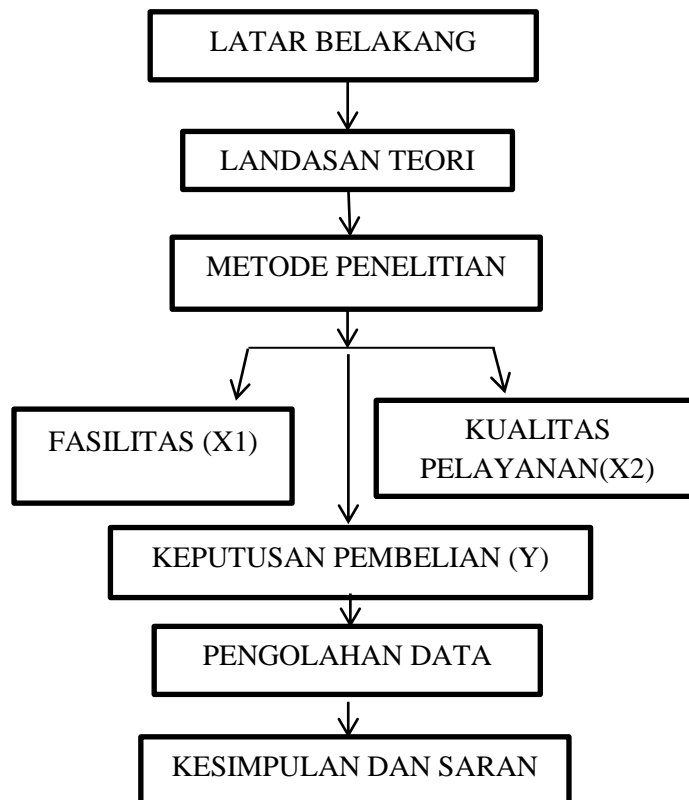


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Secara umum, rancangan penelitian ini diletakkan pada bab awal atau naskah mengenai rancangan penelitian sesuai tujuan akan mengarahkan panduan atau format lengkap pada penelitian mengenai satu aktivitas yang akan dilakukan. Mengenai ini, penjelasannya termuat didalam rancangan penelitian yang biasa yang sangat ringkas menjelaskan desain penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Berikut ini adalah gambar alur penelitian yaitu, sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian

Menurut (Sujarweni, 2018). Metode penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dibuatkan guna mengerti tentang hasil dari masing-masing faktor, maupun satu variabel atau lebih sifatnya bebas untuk mendapatkan gambaran tentang variabel-variabel tersebut.

Sedangkan Menurut (Sugiyono, 2014). Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan prinsip cara pandang yang positif, yang dimanfaatkan dalam penelitian populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data memakai instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, sesuai peranan sebagai pengujian hipotesis yang sudah permanen.

3.2. Operasional Variabel

3.2.1. Variabel Penelitian

Menurut (Sujarweni, 2018). Variabel penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang akan dilakukan atau suatu atribut objek yang berdiri dan dalam variabel itu terdapat data yang melengkapinya. Dalam penelitian ini variabel penelitian yang digunakan yaitu terdiri dari dua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1.1. Variabel Independen

3.2.1.1.1 Fasilitas (X1)

Menurut Lupioadi yang dikutip oleh Indra Lutfi Sofyan, (2013). Fasilitas adalah penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan. Berikut adalah indikator fasilitas yaitu, sebagai berikut :

1. Pelayanan keselamatan
2. Pelayanan Kebersihan
3. Pelayanan keamanan
4. Pelayanan kenyamanan

3.2.1.1.2. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Tjiptono dalam kutipan (Marwa, 2019). Menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan dasar prinsip kualitas jasa /kualitas pelayanan yang berinti pada upaya pemenuhan kepuasan, dan keinginan serta keakuratan tentang penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)

3.2.1.2. Variabel Dependen

3.2.1.2.1. keputusan pembelian konsumen (Y)

Menurut (Vigia Broto, 2016). Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akhir dari konsumen dalam melakukan suatu pembelian atau tidak sama sekali. Berikut adalah indikator dari keputusan pembelian konsumen yaitu :

1. Hal positif
2. Keputusan pembelian
3. Informasi pihak lain
4. Pembelian ulang

3.2.2. Definisi Operasional variabel

Menurut (Sujarweni, 2018). Definisi operasional adalah variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument serta darimana asal sumber pengukurannya. Variabel pada penelitian ini bersumber dari konsep teoritis yang menjadi dasar kerangka berpikir yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Berikut merupakan tabel variabel operasional pada penelitian ini :

Tabel 3.1. Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Fasilitas (X1)	Menurut (Vigia Broto, 2016). Fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudah pelanggan dalam memperoleh manfaat yang di berikan perusahaan.	Pelayanan Keselamatan, pelayanan kebersihan, Pelayanan Keamanan, pelayanan kenyamanan	Likert
Kualitas pelayanan (X2)	Menurut Tjiptono dalam kutipan (Marwa, 2019). Kualitas Pelayanan merupakan dasar prinsip kualitas jasa (kualitas pelayanan) yang berinti pada upaya pemenuhan kepuasan, dan keinginan serta keakuratan tentang penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), <i>Reliability</i> (Keandalan), <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap), <i>Assurance</i> (Jaminan), dan <i>Empathy</i> (Empati),	Likert
Keputusan pembelian (Y)	Menurut (Vigia Broto, 2016). Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akhir dari konsumen dalam melakukan suatu pembelian atau tidak sama sekali.	Hal positif, Keputusan pembelian, Informasi pihak lain, pembelian ulang	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut (sugiyono, 2012). Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kekhusuan yang di tetapkan oleh peneliti dan kemudian dapat menarik kesimpulan. Maka dari itu, kesimpulan dari populasi ini bukan hanya jumlah atau angka yang ada pada objek atau subjek tetapi meliputi seluruh karakteristik sifat yang terdapat pada subjek dan objek. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan kapal pelni sebanyak 1.737 Orang, yang menuju ke pelabuhan-pelabuhan yang ada di Indonesia.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sujarweni, 2018) sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel yang baik yaitu yang merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Dalam teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan teknik non probability sampling yaitu jenis sampling incidental. Teknik sampling incidental adalah teknik yang dalam penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Hal ini dapat diperoleh dari konsumen sebanyak 100 orang .

Menurut (Widiyanto,2008) karena populasi ini tidak dapat diketahui dengan pasti maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{Z_{\alpha/2}}{E}$$

Rumus 3. 1 Populasi Tidak Diketahui

Sumber:Sujarweni (2018)

Keterangan

$Z_{\alpha/2}$ = tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 100% = 100

E = tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya eror maksimum secara 10 %

N = Jumlah sampel

$$N = \frac{100}{0,10} = 100$$

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 100 % atau $Z = 100$ dan $E = 10$ persen (0,10), hasil yang didapat jika populasi tidak diketahui maka jumlah sampel yang dapat digunakan adalah 100. Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $N = 100$ responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sujarweni, 2018). Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrument yang digunakan untuk menggali data secara lisan.

2. Kuesioner atau Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan ataupun pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel pada penelitian yang diberikan kepada responden yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan pernyataan pada kuesioner.

3. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

3.5. Alat Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini metode yang dipakai yakni skala likert guna menilai tanggapan dari para penumpang yang menggunakan kapal pelni di Kota Batam.

Menurut (Sugiyono, 2014). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial telah ditetapkan secara khusus oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif yang semacam kalimat sebagai berikut:

Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2014)

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis data berdasarkan jawaban atau tanggapan responden yang ada pada kuesioner yang disebarkan maka analisis ini bersifat uraian atau penjelasan dengan menggunakan tabel-tabel, dan mengelompokkan dengan menggunakan tabulasi data.

Menurut (Sugiyono, 2014). Statistik deskriptif merupakan statistik yang dimanfaatkan guna mengolah data sesuai teknik mendeksripsikan atau mencerminkan data sudah terhimpun sesuai dengan tidak bertujuan menarik kesimpulan yang berlangsung dari terbuka atau global.

3.6.2. Uji Kualitas Instrument

3.6.2.1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2014). Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti . Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan skor dari korelasi data menggunakan aplikasi SPSS statistics versi 25. Dengan menggunakan uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. jika r hitung $>$ r tabel dengan signifikansi 0,05 maka dikatakan valid
2. jika r hitung $<$ r tabel dengan signifikansi 0,05 maka dikatakan tidak valid.

Hasil r tabel bisa diperoleh dimana $df = n-2$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel atau responden.

3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2018). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menyatakan valid terhadap item pernyataan maupun pertanyaan. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. suatu kuesioner yang disebarkan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu .

1. Jika nilai Alpha Croanbach $>$ dari 0,60 maka dikatakan reliabel
2. Jika nilai Alpha Croanbach $<$ dari 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1. Uji Normalitas

Menurut Sujarweni (2018). Dalam uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi normal atau tidak, yaitu uji statistic kolmogorof dengan membuat hipotesis;

Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

3.6.3.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Sujarweni (2018). Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Dalam kemiripan ini akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu juga, uji ini juga menghindarkan kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen. Jika VIF yang dihasilkan kurang dari 10 maka tidak akan terjadi multikolinieritas.

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Sujarweni, 2018). Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengukur adanya selisih Nilai residual satu tahap observasi ke tahap observasi yang lainnya. Teknik mengestimasi ada maupun tidaknya heteroskedastisitas bisa diketahui menggunakan pola gambar scatterplot pada suatu model, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik tersebar diatas dan dibawah maupun disekitar angka 0, atau titik-titik data ini tidak hanya diatas dan dibawah saja, akan tetapi peredaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar setelah itu menyempit dan melebar ulang, tersebaranya titik-titik data tidak berpola. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah kesamaan perbedaan antara nilai yang diamati dan diprediksi adalah sama

untuk semua nilai estimasi Y atau apakah dalam model ada varian yang tidak sama dari residu dalam pengamatan mode laregresi. Pada penelitian ini dengan uji heterokedastisitas memakai juga uji yaitu dengan metode Gleyser atau tes Park Gleyser.

3.6.4. Uji Pengaruh

3.6.4.1. Regresi Linear Berganda

Menurut (*aplikasi praktisspss dalam penelitian, 2012*). Cara regresi linear rangkap menunjukkan satu model interaksi linear antara dua atau lebih variabel bebas dan variabel terikatnya. Penggunaan gaya regresi menjadi alat tes yang dapat memberikan dampak yang terbaik misalnya pada model, data memiliki persyaratan tertentu, yaitu data yang digunakan memiliki data skala interval atau jenis rasio, data memiliki berdistribusi normal dan memenuhi uji asumsi klasik.

Cara kajian ini digunakan dengan asas dalam memahami ikatan antara variabel independen dengan variabel dependen, yaitu antara fasilitas (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen (Y). Selain itu, juga untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel dependen, maupun dengan serempak atau sebagian. Perincian dalam pemakaian pada penelitian dibawah yaitu;

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Rumus 3. 2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sujarweni , 2018)

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 β_2 = koefisien regresi

X1 = Fasilitas

X2 = Kualitas Pelayanan

e = *Error term*

3.6.4.2. Koefisien Determinasi

Menurut (Sujarweni, 2018). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) kecil berarti bahwa independensi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika koefisiennya nol, maka variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati 1, maka variabel independen secara sempurna memengaruhi variabel dependen. Dengan menggunakan model ini, kesalahan yang mengganggu diminimalkan sehingga (R^2) mendekati 1, sehingga estimasi regresi akan lebih dekat dengan situasi nyata.

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1. Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Sujarweni, 2018). Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial. Uji t juga bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai rata-rata suatu populasi. Nilai hitung t akan di bandingkan dengan nilai t tabel dengan kesalahan tertentu yang taraf signifikansinya 5 % atau 0,05.

Kriteria :

Jika t hitung $<$ t tabel ataupun sig $>$ 0,05 jadi H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika t hitung $>$ t tabel ataupun sig $<$ 0,05 jadi H_0 ditolak dan H_a diterima.

H_0 ; tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. H_a : ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

3.6.5.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data. Uji F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang (m-1) dan dk penyebut (n-1) dengan ketentuan keputusan dalam Uji F

Kriteria:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 : tidak memenuhi kelayakan sedangkan H_a : memenuhi kelayakan

3.7.Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di Kota Batam bagi para konsumen yang pernah menggunakan kapal Pelni untuk penyeberangan.

3.7.2. Jadwal Penelitian

Waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu pada bulan September 2020 sampai dengan bulan Februari 2021.

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian

Keterangan	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Perancangan						
Tinjauan						
Persiapan Penelitian						
Kumpulan Kuesioner						
Penyampaian Kuesioner						
Pengolahan Data						
Bimbingan Penelitian						
Penyelesaian Skripsi						

Sumber : peneliti 2020