

PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI BUS CV XYZ PANGKALAN KERINCI

Yely Chichilia Pardosi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Jln. Yos Sudarso KM 8 Rumbai Pekanbaru

E-mail : yelichichilia201800@gmail.com

diterima: 15/02/2024; direvisi:11/03/2024; diterbitkan: 30/04/2024

Abstract: This study aims to analyze the effect of facilities and prices on consumer decisions on the CV bus. Makmur Pangkalan Kerinci. The research population is consumers who make purchasing decisions for CV bus transportation tickets. Makmur. Data obtained by sampling techniques using accidental sampling techniques with a total sample of 100 people. The results of the research on facilities have a beneficial impact on consumer choices with a significance value below 0.05 said to be significant because the significance value is $0.000 < 0.05$. On the variable facilities and prices have a significant effect on consumer decisions on bus transportation services CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

Keywords: *Facility, Price, Consumer Decision.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi sekarang, perkembangan teknologi berlangsung dengan cepat. Semua kebutuhan dapat diakses dengan mudah, termasuk dalam bidang teknologi transportasi. Transportasi merupakan alat yang mengaitkan dan memindahkan individu atau barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya dengan memanfaatkan tenaga mesin maupun tenaga manusia Putri (2021:1).

Transportasi memainkan peranan krusial dalam memacu pertumbuhan ekonomi dan kemajuan masyarakat di suatu daerah. Dengan demikian, keberhasilan dalam pembangunan ekonomi harus sejalan dengan pengembangan sistem transportasi yang sesuai dengan tuntutan dan kemajuan masyarakat.

Transportasi berperan strategis dalam membuka kawasan perbatasan, terpencil, terisolasi, tertinggal serta meningkatkan efisiensi jasa transportasi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Transportasi di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan baik dalam

bidang transportasi darat, laut maupun udara Simanullang et al., (2023:2).

Transportasi darat salah satu jenis transportasi yang paling unggul di negara kita jika dibandingkan dengan layanan transportasi lainnya.

Bus merupakan salah satu transportasi darat yang masih digunakan sebagai angkutan umum hingga saat ini, yang menyediakan berbagai macam tawaran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Wijanarko & Muhlis (2022). Jarak tempuh bus juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, dimana bus yang menempuh perjalanan relatif singkat hanya setengah hari dan biasanya memiliki fasilitas dan harga yang cukup terjangkau.

Terdapat fenomena menarik dalam ranah transportasi bus di Provinsi Riau seperti kenaikan harga tiket pesawat sehingga mendorong sebagian masyarakat beralih ke moda transportasi darat seperti bus. Karena banyaknya permintaan pasar terhadap moda transportasi bus membuat perusahaan Otobus (PO) terus memperbarui armada bus mereka dengan unit yang lebih modern dan nyaman.

Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan antar PO yang mendorong mereka untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas.

Pangkalan Kerinci adalah salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Pangkalan Kerinci merupakan jalur penghubung darat antara wilayah yang ada di pulau Sumatera. Oleh karena itu, transportasi seperti bus sangat penting di wilayah Pangkalan Kerinci dan sekitarnya. Salah satu badan usaha transportasi bus yang terdapat di daerah Riau adalah CV. Makmur.

Perusahaan transportasi bus CV. Makmur yang berpusat di kota Medan mulai beroperasi pada tahun 1958 hingga saat ini. Rute bus makmur berangkat dari wilayah Medan ke Riau dan sebaliknya, yang melewati wilayah Pangkalan Kerinci. Sehingga badan usaha tersebut membuka cabangnya di Pangkalan Kerinci. Bus CV. Makmur membuka cabang di Pangkalan Kerinci pada tahun 2016.

Transportasi Bus CV. Makmur beroperasi mengangkut penumpang dan barang yang berangkat dengan jadwal harian dengan perkiraan waktu tempuh kurang lebih 15 jam. Berdasarkan observasi tersebut bus CV. Makmur mampu menempuh perjalanan seperti yang diharapkan.

CV. Makmur Pangkalan Kerinci diharapkan dapat mendukung pencapaian realisasi penjualan jasa tiket sesuai dengan target yang telah ditentukan. Dengan memperhatikan kondisi tersebut, CV. Makmur Pangkalan Kerinci dituntut untuk menerapkan strategi penjualan jasa yang efektif agar target penjualan tiket dapat tercapai. Keberhasilan penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang memerlukan analisis, termasuk fasilitas dan harga yang ditetapkan.

Detail mengenai target dan pencapaian penjualan tiket CV. Makmur

Pangkalan Kerinci dalam 5 tahun terakhir dapat ditemukan pada tabel berikut:

Tabel 1 Target dan Realisasi atau capaian Penjualan Tiket Bus CV. Makmur Pangkalan Kerinci Tahun 2019 – 2023

N o	Tahun	Target Penum- pang (orang)	Realisas i Penum- pang (orang)	%
1	2019	16.000	16.080	100 %
2	2020	15.000	12.290	81%
3	2021	15.500	12.970	84%
4	2022	16.000	16.630	103 %
5	2023	16.000	15.500	97%

Sumber : CV. Makmur Pangkalan Kerinci 2024

Berdasarkan tabel 1 menjelaskan bahwa penjualan tiket bus CV. Makmur pada Pangkalan Kerinci mengalami ketidakstabilan.

Pada tahun 2019 targetnya 16.000 orang penumpang dan yang terealisasi melebihi target sebanyak 16.080 orang penumpang dengan persentase 100%.

Pada tahun 2020 targetnya 15.000 orang penumpang dan terjadi penurunan realisasi sebanyak 12.290 orang penumpang dengan persentase 81%.

Pada tahun 2021 targetnya 15.500 orang penumpang dan yang terealisasi sebanyak 12.970 orang penumpang dengan persentase 84%.

Pada tahun 2022 targetnya 16.000 orang dan yang terealisasi sebanyak 16.630 orang penumpang dengan persentase 103%.

Pada tahun 2023 targetnya 16.000 orang penumpang dan yang terealisasi sebanyak 15.500 orang penumpang dengan persentase 97%.

Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pada tahun 2019 sampai 2023 penjualan tiket bus CV.

Makmur tidak selalu mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

Konsumen mempertimbangkan banyak faktor sebelum memilih suatu jasa, termasuk ketika memilih jasa transportasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen adalah fasilitas yang disediakan dan harga yang ditawarkan oleh jasa transportasi.

Dalam Tjiptono (2014:184) sebelum suatu layanan dapat diberikan kepada pelanggan, sumber daya fisik yang diperlukan adalah fasilitas. Selain itu, fasilitas dapat mencakup segala sesuatu yang membantu pembeli membuat keputusan.

Dalam penelitian Fathan et al., (2023:216) semakin lengkap fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa, maka konsumen akan semakin puas dan mereka akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan pertama berdasarkan pendapatnya terhadap fasilitas yang diberikan.

Dalam penelitian Simanullang et al., (2023) kebutuhan fasilitas konsumen berpengaruh meningkatkan keputusan konsumen CV. Sarina ABS Begawan Prima Taxi. Berikut ini fasilitas yang disediakan berdasarkan jenis *class* bus di CV. Makmur Pangkalan Kerinci:

Tabel 2 Fasilitas dan Jenis Class bus pada CV. Makmur Pangkalan Kerinci Tahun 2019 - 2023

No	Class Ekonomi Lux	Class Super VIP	Class Tronton Super VIP
1.	Toilet	Toilet	Toilet
2.	Bangku 36 Kursi	Bangku 32 kursi	Bangku 28 kursi
3.		Bantal dan selimut	Bantal dan selimut
4.		Kursi yang dapat diatur	Kursi yang dapat diatur
5.		AC	AC

6.			WIFI
7.			Tempat charger

Sumber : CV. Makmur Pangkalan Kerinci 2024

Dengan disediakannya berbagai fasilitas sebagaimana disebutkan pada table 2 diharapkan penumpang bus CV. Makmur Pangkalan Kerinci akan merasa nyaman sepanjang perjalanan dan pada akhirnya merasa puas dengan berbagai fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan penulis dengan metode wawancara terhadap beberapa konsumen. Diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan penumpang yang disampaikan kepada perusahaan, seperti perlu adanya penambahan penyediaan fasilitas pada bus CV. Makmur terutama terkait kebersihan dan kenyamanan toilet penumpang, kerusakan beberapa unit pendingin ruangan (AC) yang menyebabkan ruangan menjadi panas selama perjalanan, dan beberapa kerusakan pada kursi penumpang.

Keluhan-keluhan tersebut adalah permasalahan yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen terhadap jasa yang diberikan dan memberikan dampak pada keputusan konsumen saat memutuskan jasa transportasi bus yang akan digunakan.

Selain itu, harga yang ditawarkan juga mempengaruhi konsumen dalam pembelian tiket perjalanan di suatu perusahaan jasa transportasi. Harga yang lebih kompetitif dibandingkan bisnis pesaing dapat mendorong konsumen mengambil keputusan.

Jumlah yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan layanan disebut sebagai harga dalam Kotler dan Armstrong (2014).

Harga dalam Musthofa & Karsudjono (2023:3) mengacu pada nilai yang diperlukan untuk penggunaan suatu jasa dan mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen sehubungan dengan manfaat fasilitas yang diberikan.

Dalam penelitian Syarif (2020) harga berperan penting terhadap keputusan pembelian tiket pada PT ATSC Trophy Tour Medan.

Menurut penelitian Annishia & Prastiyo (2019:20) bisnis yang mematok harga yang terlalu tinggi dan memiliki fasilitas yang buruk akan membuat pelanggan kurang tertarik untuk membuat keputusan.

Sedangkan Jika perusahaan menetapkan harga terlalu terjangkau dengan menawarkan fasilitas yang baik, maka keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan akan berkurang. Jadi, fasilitas dan harga yang diberikan harus seimbang.

Harga digunakan oleh konsumen sebagai acuan atau keputusan mengenai suatu barang atau jasa tertentu. Harga itu sendiri bisa berubah dengan cepat, perubahan ini disebabkan oleh situasi pasar yang dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran.

Salah satu fenomena kondisi pasar yang pernah terjadi adalah fenomena kenaikan BBM pada tahun 2023 yang menyebabkan beberapa perusahaan bus menaikkan harga tiket bus.

Berikut merupakan data perbandingan harga tiket dengan bus yang berbeda:

Tabel 3 Perbandingan Harga Tiket Tahun 2023

No	Bus	Harga Tiket
1.	CV. MAKMUR	Rp. 235.000
2.	PT. ELDIVO TUNAS ARTA	Rp. 250.000
3.	PT. RAJAWALI	Rp. 245.000
4.	PT. BINTANG UTARA	Rp. 240.000
5.	PT. RAPI	Rp. 250.000

Sumber : Observasi Penulis 2024

Berdasarkan observasi yang dilakukan, penulis membandingkan harga tiket bus terhadap 5 perusahaan jasa transportasi bus dengan rute Pangkalan Kerinci - Medan, terlihat bahwa harga tiket yang ditawarkan oleh bus CV. MAKMUR tergolong kategori lebih murah jika dibandingkan dengan bus lainnya.

Hal ini dapat memicu konsumen dalam pemilihan perusahaan penyedia jasa bus untuk digunakan. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya pada subjeknya.

Penulis tertarik ingin menggunakan variabel yang sama dengan yang digunakan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lubis et al., (2022:233) tentang Pengaruh Tarif Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Als Trayek Medan-Kotanopan dalam penelitian ini meneliti mengenai harga yang terjangkau dan fasilitas yang memadai akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian tiket.

Dengan menggunakan pernyataan penelitian dan berdasarkan masalah di latar belakang tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap transportasi bus CV. Makmur dan mengajukan penelitian yang diberi judul: “ PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TERHDAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI BUS CV. MAKMUR PANGKALAN KERINCI”.

TINJAUAN PUSTAKA

Berbicara mengenai transportasi, konsumen tentu mempunyai keinginan dan harapan tertentu. Keinginan konsumen sangat bervariasi tergantung fasilitas dan banyak faktor lain yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu memahami dengan jelas bagaimana melakukan kegiatan pemasaran secara efektif dan mencapai tujuannya.

Fasilitas merupakan sumber daya yang bersifat fisik, yang diperlukan

sebelum suatu layanan dapat disediakan untuk konsumen. Fasilitas, menurut Kotler (2019:45), mencakup semua hal yang berupa alat fisik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut Dalame & Rustam (2020:219) fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan konsumen. Dalam suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, segala fasilitas khususnya kondisi fasilitas, peralatan, tata letak internal dan eksternal serta kebersihan fasilitas harus mendapat perhatian khusus, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang langsung berhubungan dengan yang dirasakan konsumen atau didapat konsumen secara langsung.

Berdasarkan beberapa definisi dan gagasan yang telah dijelaskan sebelumnya, fasilitas dapat diartikan sebagai seluruh fasilitas fisik yang disediakan oleh penyedia jasa untuk meningkatkan kenyamanan konsumen, memenuhi kebutuhan mereka dan berdampak pada keberhasilan bisnis.

Menurut Tjiptono (2014:318) indikator fasilitas dalam suatu jasa adalah pertimbangan/ perencanaan special, perencanaan tempat, perlengkapan/ perabotan, tata cahaya dan corak, elemen pendukung.

Suatu perusahaan harus mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai dengan memberikan layanan tertentu. Jika perusahaan telah menetapkan dengan jelas target pasar dan posisinya di pasar, maka penetapan harga akan menjadi lebih jelas. Harga lebih mudah ditetapkan jika tujuan perusahaan lebih jelas.

Nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan jasa dikenal sebagai harga dalam Kotler dan Armstrong (2014).

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki suatu barang yang memberikan

manfaat atau keuntungan dalam Halim & Iskandar (2019:418)

Berdasarkan beberapa pengertian dan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dijelaskan bahwa harga adalah nilai yang dibayar konsumen atau sejumlah uang yang dikeluarkannya untuk mencapai manfaat dari barang atau jasa yang diinginkan.

Menurut Stanton (2014) indikator harga adalah harga yang wajar, harga sebanding dengan kualitas produk, harga berdasarkan kompetisi, kesesuaian harga dengan keuntungan.

Menurut Tjiptono (2015) keputusan pengguna jasa atau yang biasa dikenal dengan Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengidentifikasi suatu masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tersebut, dan menilai apakah setiap alternatif solusi yang ada.

Pada Olson et al. (2016) menyatakan bahwa Keputusan membeli merupakan suatu proses dalam menyelesaikan masalah yang meliputi setiap langkah yang dilakukan oleh konsumen untuk mengidentifikasi masalah, mencari solusi, menilai pilihan, dan pada akhirnya memutuskan di antara pilihan tersebut.

Menurut Fathan et al., (2023:216) keputusan membeli adalah suatu kegiatan yang dilakukan penjual dalam membeli dan menjual barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan dari transaksi tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian dan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya, pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses dimana konsumen mengidentifikasi suatu masalah, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan memilih produk atau jasa yang memenuhi kebutuhannya. Bagi penjual, keputusan konsumen adalah mengidentifikasi, mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan pembeli untuk mencapai manfaat yang berkelanjutan dan bermanfaat baik bagi penjual maupun pembeli.

Indikator keputusan pembelian konsumen dalam Kotler & Amstrong (2014:70) ialah keyakinan untuk berbelanja setelah memperoleh informasi mengenai produk, memutuskan untuk membeli karena merek yang paling disukai, membeli karena sesuai dengan harapan dan kebutuhan, serta membeli karena mendapatkan saran dari orang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan dampak fasilitas dan harga terhadap keputusan konsumen dalam jasa transportasi CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

Menggunakan metode non-probabilitas dengan teknik pengambilan sampel acak yang meneliti pembeli tiket pada tahun 2023. Alat yang digunakan yaitu kuisioner sebagai alat pengambilan data. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diteliti adalah 100 konsumen yang membeli tiket bus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}
Fasilitas	1	0,793	0,194
	2	0,785	0,194
	3	0,795	0,194
	4	0,816	0,194
	5	0,782	0,194
Harga	1	0,809	0,194
	2	0,786	0,194
	3	0,810	0,194
	4	0,787	0,194
Keputusan Konsumen	1	0,769	0,194
	2	0,822	0,194
	3	0,804	0,194
	4	0,781	0,194

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel menunjukkan hasil dari uji validitas terhadap semua indikator penelitian ini yang menunjukkan bahwa r

hitung > r tabel sehingga data tersebut dinyatakan valid.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standar Crobach's Alpha	Crobach 's Alpha	Keteran gan
Fasilitas	0,70	0,853	Reliabel
Harga	0,70	0,809	
Keputusan	0,70	0,804	
Konsumen			

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS dan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel atau konstruk dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,70.

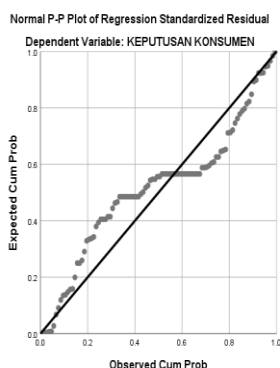
Indikator penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha untuk variabel fasilitas adalah 0,853, yang lebih tinggi pada standar reliabilitas sebesar 0,70, maka dapat dinyatakan reliable atau dapat dipercaya sebagai mengukur variabel.

Koefesien reabilitas *Cronbach's Alpha* variabel harga 0,809 lebih besar dari standar reabilitas yaitu 0,70, maka dapat dinyatakan reliable atau dapat dipercaya sebagai mengukur variabel.

Koefesien reabilitas *Cronbach's Alpha* variabel keputusan konsumen 0,804 lebih besar dari pada ukuran reabilitas yaitu 0,70, maka dapat dinyatakan reliable atau dapat dipercaya sebagai mengukur variabel.

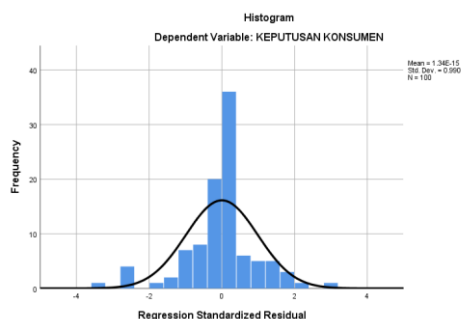
Gambar Hasil uji Normalitas

Untuk menguji normalitas peneliti menggunakan analisis *probability plot* untuk menentukan apakah distribusi tersebut normal. Residual dianggap terdistribusi normal apabila sebaran titik mendekati garis plot maka data terdistribusi normal.

**Gambar 1 Hasil uji Normalitas**

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa pengujian normalitas data dilakukan dengan metode *probability plot*. Dari gambar grafik variabel tersebut dapat dilihat bahwa sebaran titik mendekati garis plot dengan demikian data tersebut berdistribusi normal. Selain menggunakan metode *probability plot*, peneliti juga menggunakan metode histogram untuk menguji normalitas.

**Gambar 2 Histogram Keputusan Konsumen**

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa pengujian normalitas data menggunakan metode grafik histogram dapat diketahui bahwa grafik histogram residual data sudah menunjukkan distribusi normal. Hal tersebut terbukti dengan kurva histogram yang memberikan pola distribusi yang membentuk lonceng sempurna.

Tabel 6 Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial

Model	Stan				
	Unstand		Coefficie		
	Coefficients		nts		
	Std.				
	β	Error	Beta	t	Sig.
1(Constant)	1.485	.946		1.570	.120
Fasilitas	.273	.065	.341	4.224	.000
Harga	.570	.082	.564	6.978	.000

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Dapat dilihat dari tabel tersebut Uji Regresi Linier Berganda menunjukkan terbentuklah sebuah persamaan berupa:

$$Y = 1,485 + 0,273x_1 + 0,570x_2 + \epsilon$$

Kemudian, temuan persamaan dapat dijelaskan sebagai berikut: nilai didapat sebesar 1,485, Jika variabel independen bernilai (0) atau konstanta, maka variabel dependen bernilai positif 1,485, berdasarkan nilai konstanta yang diperoleh.

Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif sebesar 0,273, yang berarti jika variabel X1 telah meningkat satu satuan maka Y juga akan meningkat sebesar 0,273.

Nilai koefisien regresi variabel X2 positif sebesar 0,570, yang berarti jika variabel X2 telah meningkat satu poin maka Y juga akan meningkat sebesar 0,570.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa uji t menunjukkan nilai signifikansi untuk pengaruh X1 nilai untuk Y adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 seta nilai t hitung $4,224 > 1,660$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen sehingga hipotesis pertama (H_1) pada penelitian diterima.

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung $6,978 > 1,660$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti karena harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen, maka hipotesis kedua (H_2) diterima dalam penelitian.

Tabel 7 Hasil Uji Simultan

Model	Sum Of	Df	Mean Sq	F	Sig.
	Squares		uare		
1 Regression	772.461	2	386.230	125.914	.000 ^b
Residual	297.539	97	3.067		
Total	1070.000	99			

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Nilai F tabel α 0,05 adalah 3,09. Nilai F hitung adalah 125,914 dengan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian F hitung $> F$ tabel yaitu $125,914 > 3,09$ dengan sig $0,000 < 0,05$.

Ini menunjukkan bahwa analisis regresi bisa digunakan dalam menguji pengaruh secara bersamaan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu fasilitas dan harga secara bersamaan mempengaruhi keputusan konsumen.

Tabel 8 Hasil Uji Kofisien Determinan

Model	Adjusted		Std. Error of
	R	RSquare	Estimate
1	.850 ^a	.722	.716

Sumber: Data Olahan (SPSS Versi 25)

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari R Square adalah sebesar 0,722 atau 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kemampuan dan berpengaruhnya variabel fasilitas dan harga dalam menjelaskan variabel keputusan konsumen adalah sebesar 72,2% sedangkan sisanya 27,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.

Hasil penelitian ini menyampaikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen jadi hipotesis pertama (H_1) pada penelitian diterima.

Ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Syarif (2020:92) fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Simanullang et al., (2023) menyimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, sehingga hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian diterima.

Ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh peneliti Syarif (2020:132) menyimpulkan bahwa harga yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Afrianto et al. (2023:2016) menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa hipotesis diterima dengan F hitung lebih besar F tabel ialah 125,914 lebih besar 3,09 dengan sig 0,000 lebih kecil 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa modal regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen secara simultan.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh penelitian Lubis et al. (2022:233) variabel harga dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada tiket ALS Trayek Medan-Kotanopan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga terhadap keputusan konsumen pada transportasi bus CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan ialah hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa variabel harga (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan yang diambil oleh konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan variabel fasilitas dan harga secara bersama - sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen pada transportasi bus CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

Menurut hasil bahasan yang didapat pada penelitian ini, maka saran - saran yang dapat diambil adalah sebagai berikut: Indikator terendah variabel fasilitas adalah indikator perlengkapan/perabotan. Saran untuk perusahaan adalah lebih mempertimbangkan perlengkapan/perabotan pada bus seperti memberikan fasilitas tambahan seperti minum/makanan ringan secara berulang agar memuaskan konsumen yang membeli tiket di CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

Indikator terendah variabel harga adalah indikator harga sesuai kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat. Saran untuk perusahaan adalah memperbaharui harga agar ada modal untuk memperbaiki fasilitas atau menambahi fasilitas yang terbaru akan membuat para konsumen tidak merasa menyesal saat membeli tiket bus pada CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

Indikator terendah dalam variabel keputusan konsumen adalah indikator keyakinan untuk membeli setelah memperoleh informasi tentang produk.

Saran untuk perusahaan ialah sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan informasi penjualan tiket yang akan dipasarkan agar konsumen dapat mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut dan yakin mengambil keputusan konsumen pada bus CV. Makmur.

Diharapkan penelitian ini berguna untuk pengembangan ilmu ekonomi bisnis dalam bidang sumber daya manusia dan memberikan kontribusi teoritis, sebagai bahan referensi dan acuan, terutama di jurusan manajemen.

Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi konsumen saat mengambil keputusan konsumen dalam membeli tiket bus CV. Makmur Pangkalan Kerinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Y., Widiyanti, M., Shihab, M. S., & Maulana, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Ketersediaan Space Kapal Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Keagenan Kapal Kontainer Pada PT Samudera Agencies Indonesia Cabang Palembang layanan keagenan kapal kontainer di cabang Palembang dari PT Samudera Agencies Indonesia. Artikel ini diterbitkan dalam Cakrawala Repositori IMWI, volume 4, nomor 5
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Best Western Primer. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19-28. <http://journal.ubm.ac.id/Fadil>,
- Dalame & Rustam. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada pelabuhan Batu Ampar Di Batam. 4(3), 218-227
- Fathan, M. I., Romli, H., & Munandar, A. (2023). Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Intensitas Internet Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online Pada Saat Pandemi Covid-19

- (Studi Kasus Konsumen Ojek Online di Kecamatan Talang Kelapa Kota Palembang) *Jurnal Mirai Manajemen*, 8(3), 214–219.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). bagaimana kualitas produk, harga, dan pendekatan promosi memengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian. ketiga faktor tersebut memiliki peranan penting dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Kotler, P. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* merujuk pada prinsip-prinsip fundamental yang mendasari praktik pemasaran. Mencakup pemahaman tentang konsep pemasaran, strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, penetapan harga, distribusi, dan promosi. (Edisi 12 Jilid 2). Pt Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* merujuk pada konsep-konsep dasar yang menjadi landasan dalam praktik pemasaran, 12th Edition, Jilid 1. Erlangga.
- Lubis, I., Falahi, A., & Hutasuhut, J. (2022). Penelitian yang berjudul Pengaruh Tarif dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Trayek Medan-Kotanopan menganalisis bagaimana tarif dan fasilitas mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli tiket bus trayek Medan-Kotanopan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(2), 223–234. <https://doi.org/10.60036/jbm.v2i2.42>
- Musthofa, M., & Karsudjono, A. J. (2023). Studi berjudul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen (Studi Kasus di Grand Dafam Q Hotel Banjarbaru) menganalisis bagaimana harga dan strategi promosi memengaruhi keputusan konsumen untuk menginap di Grand Dafam Q Hotel di Banjarbaru. *Al-KALAM :JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i2.10648>
- Olson, C., Jerry, & Peter, J. P. (2016). *Consumer Behaviour and Marketing Strategic*, 8th, Boston: Mc Graw-Hill (D. T. D. Andani (ed.)). Erlangga.
- Putri, R. M. (2021). Studi yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Pengguna Trans Batam di Koridor Sekupang-Jodoh. *Trans Batam di rute Sekupang-Jodoh*. Universitas Putera Batam.
- Simanullang, E., Hutagalung, J., & Simatupang, S. (2023). Pengaruh layanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Pada CV. Sarina ABS Travel Begawan Prima Taxi Sibolga. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 1–11.
- Stanton, W. J. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 3. Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto. Erlangga.
- Syarif, H. S. (2020). Studi berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penerbangan Pada PT ATS Trophy Tour Medan. menganalisis bagaimana harga dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli tiket penerbangan di PT ATS Trophy Tour di Medan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(2), 124–133.
- Tjiptono, F. (2014). *Service Quality & Satisfication*. Andi
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* Edisi 4. CV. Andi Offset.
- Wijanarko, D., & Muhlis, M. (2022). Analisis Kebutuhan Moda Angkutan Umum Bus Di Kabupaten

Tulungagung (Analysis of Need for
Transportation Bus in Tulungagung
Regency). 02(01), 31–43.
[http://journal.unita.ac.id/index.php/d
aktilitas/](http://journal.unita.ac.id/index.php/daktilitas/)