

ABSTRAK

Chairatunnisa Ameiza.NIM 7122210001 “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa kurnia Group Medan – Banda Aceh ”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa kurnia Group Medan – Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang yang membeli tiket di Bus kurnia group sebanyak 97 orang . Pengujian yang digunakan adalah uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t.

Dari hasil uji validitas diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk masing-masing item pertanyaan dan uji reliabilitas angket diperoleh *alpha cronbach* masing-masing variabel yaitu 0,759 untuk variabel X_1 , 0,834 untuk variabel X_2 dan 0,794 untuk variabel Y. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikan r_{tabel} yaitu 0,361.

Analisis data masing-masing variabel diperoleh persamaan regresi berganda $Y = 9,711 + 0,143 x_1 + 0,178 x_2 + e$. Diperoleh R^2 sebesar 0,426, yang berarti X_1 dan X_2 menjelaskan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 42,6% sedangkan sisanya 57,6% dijelaskan variabel diluar perusahaan. Uji parsial yang dihasilkan masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05, serta hasil perhitungan uji-simultan sebesar 4,277 dengan F_{tabel} 3,09 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan *level of significant* (α) $0,000 < 0,05$, yang artinya hipotesis diterima yaitu Persepsi harga harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Menggunakan jasa Bus Kurnia Group Medan – Banda Aceh.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Chairatunnisa Ameiza.NIM 7122210001 "Influence Perception of Price And Quality Service to use the services of Consumer Decision kurnia Group Medan - Banda Aceh".

This study aims to determine the effect of Perception Price And Quality Service to use the services of Consumer Decision kurnia Group Medan - Banda Aceh. The sample in this study were all passengers who bought tickets at the Bus kurnia group as many as 97 people. The test used is the test data quality and classical assumption. The hypothesis test uses multiple linear regression analysis, F test and t test.

Validity of test results obtained $r_{hitung} > r_{tabel}$ for each item reliability test questions and questionnaires obtained a Cronbach alpha of each variable is 0.759 for the variable X1, X2 and 0.834 to 0.794 for the variable Y. This value is greater than the level that is significantly r_{tabel} 0.361.

The data analysis of each variable regression equation $Y = 9.711 + 0.143 + 0.178 x_1 x_2 + e$. Retrieved R^2 of 0.426, which means the X1 and X2 explain the effect on variable Y of 42.6% while the remaining 57.6% is explained variables outside the company. The resulting partial test each independent variables affect the dependent variable with research significance less than 0.05, and the results of the test-simultaneous calculation of 4.277 to 3.09, which means $F_{hitung} > F_{tabel}$ with a level of significant (α) 0,000 < 0, 05, which means that the hypothesis is accepted that perception of price is the price and quality of service together significantly influence consumer decision Using Bus services Kurnia Group Medan - Banda Aceh.

Keywords: Perceptions of Price, Quality of Service, Purchase Decision

