

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET  
KERETA API TANPA KURSI PADA PENUMPANG KERETA  
API PANDANWANGI RUTE BANYUWANGI – JEMBER**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
ELMIDA  
NIM : 211105020011

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
2024**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET  
KERETA API TANPA KURSI PADA PENUMPANG KERETA  
API PANDANWANGI RUTE BANYUWANGI – JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh :  
Elmida  
NIM : 211105020011

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
2024**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET  
KERETA API TANPA KURSI PADA PENUMPANG KERETA  
API PANDANWANGI RUTE BANYUWANGI – JEMBER**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Elmida

NIM : 211105020011

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJJACHIMAD SIDDIQ**  
JEMBER

Disetujui Pembimbing



Zulfa Ahmad Kurniawan, M.E.

NIP. 199408042020121004



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET  
KERETA API TANPA KURSI PADA PENUMPANG KERETA  
API PANDANWANGI RUTE BANYUWANGI – JEMBER**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

hari : Selasa  
Tanggal : 10 Desember 2024

**Tim Penguji**

**Ketua**

**Sekretaris**

Aminatus Zahriyah, S.E. M.Si.  
NIP. 1989072320190032012

M. Daud Rhosyidy, S.E., M.E  
NIP. 198107022023211013

Anggota:

1. Prof. Dr. Moch. Chotib, S.Ag. M.M. CPE
2. Zulfa Ahmad Kurniawan, M.E.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M., Ag.  
NIP. 196812261996031001

## MOTTO

وَدَرُوا ظَاهِرَ الْإِثْمِ وَبَاطِنَهُ إِنَّ الَّذِينَ يَكْسِبُونَ الْإِثْمَ سَيُجْزَوْنَ بِمَا كَانُوا يَقْتَرِفُونَ

Artinya: “Dan carilah kalian rezeki dari Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui akan segala sesuatu.” (QS. Al-An`am: 120).<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

<sup>1</sup> Al-Qur'an, Surat Al-An'am ayat 120, <https://quran.nu.or.id/al-anam/120>

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk kedua orang tua saya, Almarhum. Bapak Habir dan Ibu Misnari yang telah mendidik, memberikan doa dan berjuang, selalu memberikan semangat dan kasih sayang tiada hentinya sehingga penulis sampai di titik ini.
2. Untuk kakak-kakak saya, Muhammad Amin dan Marhatun dan segenap keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan doanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk seseorang yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Untuk teman kontrakanku dan juga tak lupa teman sekelasku Ekonomi Syariah 1 yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Untuk Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember khususnya Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember”. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, junjungan kita semua.

Keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Sofiah, M.E. selaku koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Zulfa Ahmad Kurniawan, M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk penulis, serta selalu sabar dalam memberikan arahan, motivasi dan semangat.

6. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E.,M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik yangselalu memberikan nasihat, arahan maupun solusi kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan yang tak ternilai harganya dan telah membantu melancarkan studi penulis.
8. Tim Penguji Skripsi yang bersedia meluangkan waktu kepada penulis. Dengan harapan, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis, dapat bermanfaat, barakah serta memperoleh balasan baik dari Allah SWT.

Jember, 04 September 2024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Penulis  
JEMBER



## ABSTRAK

**Elmida, 2024:** *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi Pada Penumpang Kereta Api Pandawangi Rute Banyuwangi-Jember*

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, dan Keputusan pembelian

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap kereta api tanpa kursi merupakan suatu hal yang menarik, khususnya pada kereta api pandanwangi. Keengganan untuk duduk ternyata tidak menghalangi mereka untuk memilih moda transportasi ini. Bahkan, kereta ini berhasil menarik minat masyarakat luas dalam melakukan perjalanan mereka.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah: 1) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi? 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi? 3) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi? 4) Apakah harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi?

Tujuan dalam penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi Rute Banyuwangi - Jember. 2) Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember. 3) Untuk mengetahui variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember. 4) Untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis dalam penelitian ini ialah regresi linier berganda, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada penumpang kereta api pandanwangi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial, variabel harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi. Sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi. Secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian .....	17
H. Hipotesis.....	18
I. Sistematika Penelitian .....	21
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>23</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	23

B. Kajian Teori.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Populasi dan Sampel .....	57
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	59
D. Analisis Data .....	61
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISI DATA .....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	67
B. Penyajian Data .....	68
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	70
D. Pembahasan.....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Simpulan .....	88
B. Saran-saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No. Uraian</b>	<b>Hal.</b>
Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Kereta Api .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Skala Likert .....	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	69
Tabel 4.2 Usia Respondem.....	69
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas .....	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas (X1).....	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas (X2).....	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas (X3).....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas (Y).....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas .....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji T .....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	72

## DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal.
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penumpang Transportasi .....	2
Gambar 1.2 Penjualan Tiket Kereta Api Online .....	5
Gambar 1.3 Kerangka Konseptual .....	18
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	58
Gambar 4.1 Histogram.....	74
Gambar 4.2 Normal P-Plot .....	75
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

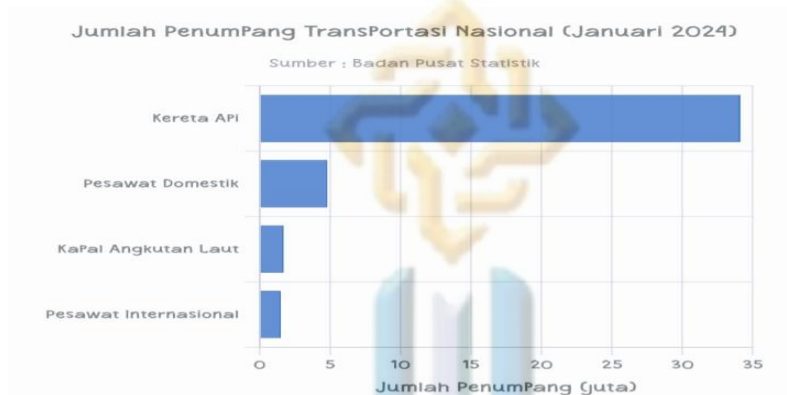
Meningkatnya pertumbuhan bisnis di Indonesia, menyebabkan persaingan antar bisnis semakin meningkat dalam menciptakan peluang bisnis dan mempengaruhi cara pelanggan memilih layanan berkualitas tinggi dari sektor jasa, termasuk sektor transportasi. Sektor transportasi saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, yang melibatkan penyediaan produk dan layanan.<sup>2</sup> Sistem transportasi memiliki dua komponen utama untuk mengangkut orang dan barang, yaitu sarana dan prasarana. Contoh sarana transportasi termasuk kapal, mobil, pesawat terbang, dan kereta api (KA), yang juga sering disebut sebagai moda atau jenis angkutan. Aspek prasarana mencakup wadah atau alat lain yang mendukung sarana, seperti bandara, jalan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

<sup>2</sup>Suci Fika Widyana dan Puspa Gradiza, "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA BUS DAMRI MELALUI KUALITAS PELAYANAN (Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung)," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 12, no. 1 (Maret 2022) : 1-15, <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/2125>

raya, jalan rel, terminal, dermaga, dan stasiun kereta api.<sup>3</sup>



**Gambar. 1.1**  
**Grafik Jumlah Penumpang Transportasi 2024**

*Sumber:* Badan Pusat Statistik

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kereta api menjadi transportasi nasional yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2024, dengan jumlah penumpang 34,1 juta. Laju pertumbuhan penumpang kereta api saat ini sebesar 34,13%.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang jasa. Salah satu moda transportasi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Berbeda dengan moda transportasi lainnya, dalam sistem transportasi nasional kereta api memiliki volume angkutan yang besar dan keunggulan unik. Oleh karena itu, kereta api harus memaksimalkan potensinya dan memperkuat perannya sebagai pusat penghubung antara negara dan dunia, sebagai perwakilan, dan alat pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Kerena kereta api merupakan moda transportasi darat yang dapat diandalkan.

<sup>3</sup> Syanne Pangemanan dan Tompanatu, *Dasar-dasar Transportasi* (Sulawesi Utara : Polimdo Press, 2018), 20.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2007 tentang perkeretaapian, menjelaskan bahwa “perkeretaapian sebagai salah satu moda transportasi dalam sistem transportasi nasional yang mempunyai karakteristik pengangkutan secara massal dan keunggulan tersendiri, yang tidak dapat dipisahkan dari moda transportasi lain, perlu dikembangkan potensinya dan ditingkatkan peranannya sebagai penghubung wilayah, baik nasional maupun internasional, untuk menunjang, mendorong, dan menggerakkan pembangunan nasional guna meningkatkan kesejahteraan rakyat.”<sup>4</sup> Kereta api merupakan moda transportasi primadona bagi masyarakat. Tak terkecuali Kereta Api Pandanwangi . Kereta Api Pandanwangi adalah kereta lokal jarak pendek yang menghubungkan Banyuwangi dengan Jember yang beroperasi di bawah Daops 9 Jember. Meskipun hanya memiliki satu kelas kereta, yaitu ekonomi. Kereta ini bisa menjadi sarana untuk menghubungkan masyarakat Banyuwangi ke kota-kota lain seperti Rogojampi, Sempu, Genteng, Glenmore, Kalibaru dan sebaliknya ke Jember yang merupakan kota tetangga. Kereta Api Pandanwangi memiliki dua keberangkatan yang terjadwal setiap hari. Jadwal keberangkatan Kereta Pandanwangi dari Stasiun Jember adalah pukul 05.30 WIB dan 14.30 WIB. Sedangkan dari Stasiun Ketapang, Kereta Pandanwangi berangkat dari Banyuwangi pada pukul 10.00 WIB dan 18.40 WIB.

---

<sup>4</sup> Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 23 tahun 2007 Tentang Perkeretaapian.



Kereta Api Pandanwangi ini menjadi salah satu moda transportasi favorit bagi penduduk Jember dan Banyuwangi. Harga tiket menjadi keunggulan kereta ini. Masyarakat Banyuwangi atau Jember sudah bisa mengunjungi kota satu sama lain dengan harga hanya Rp. 8.000. Inilah yang menjadi alasan mengapa Kereta Api Pandanwangi selalu penuh dengan penumpang. Jadi, tidak heran jika kereta ini bisa menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat untuk mempermudah silaturahmi antar keluarga maupun saudara dan sahabat yang tinggal di kedua kota maupun diantaranya.

**Tabel 1.1**  
**Data Penumpang Kereta Api Pandanwangi**

<b>Data Penumpang Kereta Api Pandanwangi Daops 9 Jember</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>
2022	2.064.079
2023	2.803.954

*Sumber:* Beritajatim.com

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa Daop 9 Jember mencatat penumpang KA Pandanwangi relasi Jember – Banyuwangi sepanjang tahun 2023 tercatat sebanyak 2.803.954 penumpang. Data tersebut mengalami peningkatan sebanyak 36 persen dari tahun sebelumnya. Dimana, pada tahun 2022 Daop 9 Jember melayani sebanyak 2.064.079 penumpang. Meningkatnya jumlah penumpang ini sebagai penanda semakin bertambahnya kepercayaan masyarakat untuk menggunakan kereta api sebagai sarana transportasi, baik bepergian untuk keperluan pendidikan, pekerjaan, bertemu

sanak keluarga atau sekedar ingin liburan. Dari jumlah itu, banyak penumpang yang tidak mendapatkan tiket terutama saat akhir pekan.

Kereta api Pandawangi adalah kereta api ekonomi kelas menengah yang dioperasikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT Kereta Api Indonesia juga memberikan pilihan kepada penumpang yang mencari tiket dengan harga yang lebih terjangkau namun tidak mendapatkan kursi. Diadakannya tiket tanpa kursi namun tidak disediakan tempat yang layak untuk penumpang berdiri selama perjalanan dan tidak ada fasilitas pegangan. Sehingga penumpang dengan tiket tanpa kursi itu harus berdiri di bordes, ujung-ujung gerbong, disepanjang koridor dan duduk di selasar depan toilet hingga sampai tujuan perjalanan. Tetapi faktanya, masyarakat tetap tertarik untuk membelinya meskipun tanpa kursi.



**Gambar. 1.2**  
**Penjualan Tiket Kereta Api Online**

*Sumber:* Tangkapan Layar Aplikasi KAI Access

Data penjualan tiket online di atas, menunjukkan bahwa tiket kereta api tanpa kursi pada kereta api Pandanwangi selalu terjual, bahkan pada hari-hari

biasa. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak penumpang yang memilih untuk membeli tiket kereta api tanpa kursi karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan tiket kereta api kelas eksekutif atau bisnis. Berdasarkan pengamatan di lapangan, kereta api Pandanwangi seringkali penuh sesak dengan penumpang. Banyak penumpang yang terpaksa berdiri karena tidak mendapatkan tempat duduk. Hal ini juga menunjukkan bahwa masih banyak orang yang lebih memilih untuk membeli tiket kereta api tanpa kursi meskipun harus berdiri selama perjalanan. Dalam beberapa tanggapan penumpang banyak yang mengatakan bahwa mereka sering kali membeli tiket kereta api tanpa kursi karena harganya yang lebih murah. Mereka juga mengatakan bahwa mereka bersedia untuk berdiri selama perjalanan asalkan dapat menghemat biaya transportasi.

Dalam pandangannya Mukti dan Karti menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah bagian dari proses pengambilan keputusan pembeli. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Setelah konsumen menyadari kebutuhan dan keinginan tersebut maka konsumen akan melakukan tindak lanjut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.<sup>5</sup> Namun, pada dasarnya pemasar atau konsumen sering berbicara tentang pilihan antara produk, merek, dan tempat pembelian.

---

<sup>5</sup> Nurul Setyaningrum, Handoyo Djoko W, dan Andi Wijayanto, “ Pengaruh kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Sedaap di Kecamatan Tembalang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2014) : 3, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/4420>

Hubungan baik dengan produsen biasanya juga memengaruhi proses pembelian. Lebih lanjut dikatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan pengambilan keputusan pembelian. Kualitas layanan dan harga produk adalah beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Konsumen juga mempertimbangkan harga saat mereka memutuskan untuk membeli suatu bisnis. Harga yang ditetapkan oleh bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi karena konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitasnya. Hal ini akan memengaruhi pelanggan sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang karena mereka akan mengetahui harga dan memilih barang yang sesuai dengan kemampuan mereka untuk membelinya. Harga dapat berupa jumlah uang yang dibayar untuk suatu produk atau jasa atau nilai yang diterima konsumen sebagai hasil dari memiliki produk atau jasa tersebut.<sup>6</sup> Menurut Kotler dan Keller menjelaskan bahwa faktor internal dan eksternal, seperti pekerjaan, gaya hidup, dan kepribadian seseorang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opini.<sup>7</sup> Gaya hidup mencerminkan bagaimana individu menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap

---

<sup>6</sup> Kotler & Keller, *Marketing Management* (United States : Pearson Education, 2012), 228.

<sup>7</sup> Yuliana Kartikasari, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 5, no. 2 (2021) : 4, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3858>

penting, dan bagaimana mereka memandang dunia. Dalam konteks penelitian ini, gaya hidup merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

Penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa faktor tersebut signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Dimana, harga yang kompetitif dan layanan berkualitas tinggi menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih untuk membeli. Penelitian lain yang serupa juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket kereta api, meskipun dalam beberapa kasus, kualitas pelayanan mungkin tidak selalu signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ika Sri Wahyuni yang berjudul “Pengaruh Harga Tiket Kereta Api Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Kereta Api” menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki dampak besar pada keputusan pembelian produk, yang ditunjukkan dengan kepuasan pelanggan dan persepsi positif terhadap kualitas layanan suatu produk. Oleh karena itu, pelanggan akan memilih produk yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan tertinggi.

Dari permasalahan latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi – jember.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas

pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi sehingga dapat menjadi pilihan dan pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah garis besar dari jalan yang akan ditempuh penelitian. Tujuan ini harus konsisten dengan masalah-masalah yang disebutkan dalam rumusan masalah.<sup>8</sup>

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember.
2. Mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember.
3. Mengetahui variabel pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi rute Banyuwangi-Jember.
4. Mengetahui variabel harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi di Rute Banyuwangi-Jember.

---

<sup>8</sup> Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN Khas Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* ( Jember : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 39.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan sumbangan pada pemahaman teoritis, namun juga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya serta membuka cakrawala pemikiran yang lebih luas.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi peneliti dalam memahami hubungan antara harga, kualitas pelayanan, pekerjaan, dan gaya hidup dengan keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

#### b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi literatur dengan referensi tambahan yang berguna bagi peneliti selanjutnya, dengan mengeksplorasi variabel dan teori yang relevan serta berarti. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan kontribusi yang baik pada penelitian yang akan datang maupun yang sudah dilakukan sebelumnya.

#### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mereka dalam menilai dan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk khususnya pada keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.



d. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan penting bagi perusahaan kereta api untuk memahami bagaimana harga, kualitas pelayanan, pekerjaan, dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada aspek atau karakteristik tertentu dari suatu fenomena yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan dievaluasi. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas yang ditandai dengan (X) dan variabel terikat yang ditandai dengan (Y). Berikut Uraian variabel – variabel tersebut:

#### a. Variabel bebas atau Independen (X)

Variabel bebas atau variabel independen, ialah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Gaya Hidup (X3).

#### b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau biasa disebut dengan variabel *output*, kriteria, konsekuen merupakan variabel (terikat) yang nilainya dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen

(bebas). Adapun variabel yang dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

## 2. Indikator Variabel

Indikator penelitian dapat diartikan sebagai variabel atau elemen spesifik yang digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi aspek-aspek tertentu dari fenomena atau variabel yang sedang diteliti. Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Indikator dari variabel Harga (X1)

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuain harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga terhadap mamfaat produk

### b. Indikator dari variabel kualitas pelayanan (X2)

- 1) Tangible (Bukti Fisik)
- 2) Assurance (Jaminan)
- 3) Responsiveness (Tanggap)
- 4) Reability (Keandalan)
- 5) Empathy (Empati)

### c. Indikator dari variabel gaya hidup (X3)

- 1) Aktivitas (Aktivity)
- 2) Minat (Interest)
- 3) Opini (Opinion)

d. Indikator dari variabel keputusan pembelian (Y)

- 1) Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain
- 4) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

## F. Definisi Operasional

### 1. Harga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), harga adalah nilai suatu benda yang dinyatakan dalam bentuk uang, yaitu jumlah uang atau alat tukar lain yang setara, yang harus dibayarkan atau dikeluarkan untuk membeli produk atau jasa pada waktu dan pasar tertentu. Secara luas, harga mencerminkan total nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari penggunaan produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, harga menjadi satu-satunya elemen yang menentukan pangsa pasar dan keuntungan perusahaan.<sup>9</sup>

Menurut Philip Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memperoleh mamfaat dari produk tersebut.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Sudiyono, Maris Kurniawati, dan Rita Indah Mustikowati, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata* (Malang : Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, 2018 ), 21.

<sup>10</sup> Retia Kartika Dewi, "Pengertian Harga Menurut Philip Kotler dan Amstrong," Diakses pada 20 Mei 2024 dari <https://www.kompas.com/skola/read/2024/02/07/155335969/pengertian-harga-menurut-philip-kotler-dan-amstrong>

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan kunci bagi penyedia layanan untuk bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif di dunia layanan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, kualitas menjadi penting dan layak untuk ditingkatkan dan diperbaiki terus-menerus dengan inovasi. Kualitas sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggan. Pelayanan merupakan elemen penting dalam keberhasilan berbagai usaha yang bergerak di bidang jasa. Peran pelayanan menjadi semakin krusial dan menentukan terutama ketika perusahaan jasa bersaing untuk memperoleh pangsa pasar atau menarik pelanggan. Salah satu strategi untuk mengungguli para pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan pelanggan.<sup>11</sup>

Menurut Kotler menyatakan bahwa pelayanan (*service*) adalah segala sesuatu yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak ada dan tidak menghasilkan kepemilikan. Pelayanan (*service*) adalah tindakan atau pekerjaan yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu melalui implementasi perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa.<sup>12</sup> Kualitas pelayanan (*service quality*) didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan

---

<sup>11</sup> Teddy Chandra, Stefani Chandra, dan Layla Hafni, *Service Quality, Costumer Satisfaction, dan Costumer Loyalty : Tinjauan Teoritis* (Malang : CV. IRDH, 2020), 60.

<sup>12</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan : Teori Dan Aplikasinya*. (Sidoarjo : Umsida Press, 2018), 24.

memastikan bahwa layanan diberikan dengan cepat dan sesuai dengan harapan pelanggan.

### 3. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah suatu pola hidup seseorang yang diekspresikan saat ada aktivitas, minat, dan pendapatnya terbentuk melalui kelas sosial dan kerjaan. Namun, meskipun tingkat sosial dan profesi yang sama tidak menjamin kesamaan pada gaya hidup yang serupa.

Secara sederhana, gaya hidup dapat dionartikan sebagai cara hidup seseorang yang terwujud dalam pola aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup tidak hanya tentang apa yang kita lakukan dan apa yang kita sukai, tetapi juga tentang bagaimana kita menjalani hidup. Dalam hal ini, gaya hidup sebagai identitas diri kita yang terwujud dalam pilihan-pilihan yang kita buat, baik dalam hal konsumsi, hubungan sosial, pekerjaan, maupun cara kita menghabiskan waktu luang.

### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli produk yang telah mereka pilih. Tingginya keputusan pembelian akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan.<sup>13</sup>

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana mereka memutuskan untuk membeli

<sup>13</sup> Geo Vanny Maruli Tua, Andri, dan Ira Meike Andariyani, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricsindo," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (Juli 2022) : 141, <https://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/download/266/307>

produk.<sup>14</sup> Pada tahap ini, konsumen mengidentifikasi masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi berbagai alternatif untuk melihat seberapa baik masing-masing dapat menyelesaikan masalah mereka, yang akhirnya mengarah pada keputusan untuk membeli.

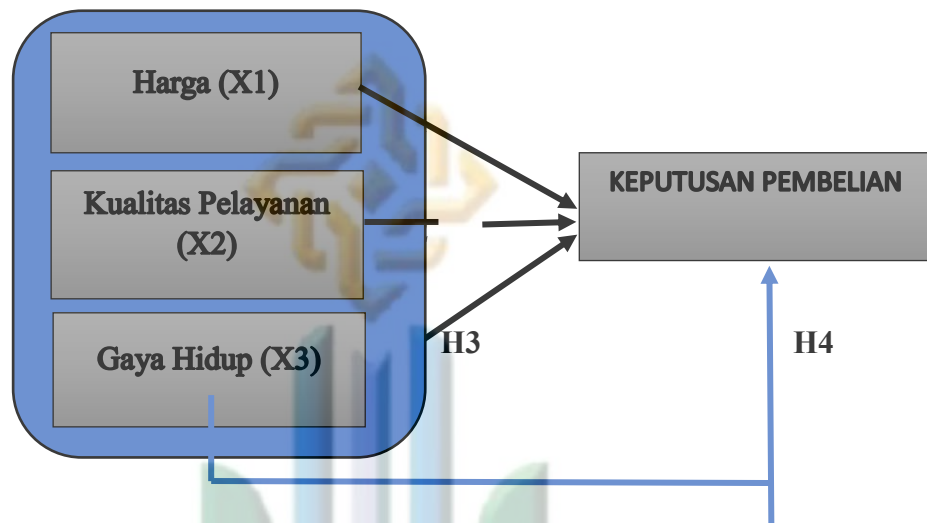
### G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa diartikan juga sebagai anggapan dasar, yang merupakan landasan pemikiran awal yang diyakini oleh peneliti sebagai kebenaran. Peneliti menggunakan asumsi ini sebagai titik tolak dalam merancang dan melaksanakan penelitian.<sup>15</sup> Asumsi dari penelitian ini menganggap bahwa faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi yaitu harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup. Responden diasumsikan memiliki informasi yang akurat tentang harga tiket kereta api tanpa kursi, kualitas pelayanan, dan gaya hidup serta mempertimbangkannya dalam keputusan pembelian. Adapun kerangka konseptual dalam asumsi penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>14</sup>Cindy Magdalena Gunarsih, Kalangi, dan Lucky Temengkel. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Bayungon Amurang," *Productivity* 2, no.1 (2021) : 70, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

<sup>15</sup> Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN Khas Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* ( Jember : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 41.



**Gambar 1.3**  
**Kerangka Konseptual**

*Sumber:* Diolah oleh peneliti (2024)

Keterangan :

X1 : Harga

→ = Pengaruh Parsial

X2 : Kualitas Pelayanan

→ = Pengaruh Simultan

X3 : Gaya Hidup

Y : Keputusan Pembelian

## H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban ini masih berdasarkan teori yang relevan dan belum didukung oleh data empiris yang dikumpulkan.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2022), 63.

## 1. Uji Persial

### a. Harga

Harga adalah jumlah yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, sehingga perusahaan harus menyesuaikannya dengan kemampuan pelanggan. Produk tertentu akan dipilih berdasarkan harga yang ditawarkan. Produk dapat dengan mudah diminati oleh pelanggan jika harga tersebut sesuai dengan kebutuhan atau keinginan mereka.<sup>17</sup> Berdasarkan teori tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni:

Ha: Ada pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi

H1 : Tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandawangi

### b. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan layanan yang seimbang dengan harapan mereka. Ini dapat mengurangi

---

<sup>17</sup> Muhammad Fachrul Islam, "Pengaruh Lokasi, Kenyamanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pelangi Stationary Cabang Sidoarjo" (PhD diss., STIE Mahardhika Surabaya, 2022), 2.



kemungkinan pelanggan pindah ke perusahaan lain.<sup>18</sup> Berdasarkan teori tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

Ha : Ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi

H2 : Tidak pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang mempengaruhi keputusan pembelian, dimana individu menilai suatu produk atau layanan berdasarkan aktivitas, minat, dan opini mereka. Berdasarkan teori tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

Ha : Ada pengaruh signifikan antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi

H3 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi

---

<sup>18</sup> Suci Fika Widyana dan Puspa Gradiza, “ Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Bus Damri Melalui Kualitas Pelayanan ( Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung)”, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 12, no. 1 (Maret 2022) : 1-15, <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/2125>

## 2. Uji Simultan

Uji simultan adalah tes statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen (bebas) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Uji simultan dalam penelitian ini yaitu:

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi

$H_4$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi pada penumpang kereta api pandanwangi

### I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bagian utama. Setiap bagian akan diuraikan secara mendalam topik-topik spesifik yang terkait dengan penelitian ini diantaranya:

#### **BAB 1 Pendahuluan**

Pada bagian pendahuluan, penelitian ini memaparkan latar belakang masalah yang menjadi landasan penelitian. Dilanjutkan dengan penetapan empat tujuan spesifik yang ingin dicapai. Selain itu, dijelaskan pula manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Dalam ruang lingkup penelitian, dibahas mengenai variabel-variabel yang diteliti beserta indikatornya. Definisi operasional diberikan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai setiap variabel. Selanjutnya, penelitian ini didasarkan pada beberapa asumsi

yang akan diuji kebenarannya. Terakhir, hipotesis penelitian diajukan sebagai jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

## **BAB II Kajian Kepustakaan**

Pada bagian tinjauan pustaka, peneliti melakukan kajian mendalam terhadap berbagai penelitian terdahulu yang relevan, seperti skripsi, tesis, jurnal, dan disertasi. Kajian ini mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan kajian teoritis untuk memperkuat landasan teoretis penelitian.

## **BAB III Metode Penelitian**

Penelitian ini menguraikan secara mendalam mengenai jenis data yang akan dianalisis. Selain itu, peneliti juga menjelaskan populasi penelitian yang ditetapkan, yaitu seluruh penumpang kereta api Pandawangi tanpa kursi. Selanjutnya, peneliti memaparkan teknik pengambilan sampel yang digunakan, termasuk perhitungan ukuran sampel berdasarkan rumus tertentu.

Terakhir, penelitian ini juga membahas mengenai instrumen penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data.

## **BAB IV Penyajian Data dan Analisis**

Penelitian ini mengulas sejarah kereta api dan menjelaskan secara detail proses penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V Penutup**

Penelitian ini menyajikan rangkuman keseluruhan temuan dan memberikan rekomendasi kepada perusahaan kereta api.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid Ramadhan dan Zulfa Irawati dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2024 yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Jarak Jauh Nonsubsidi: Studi Pada Konsumen Layanan Kereta Api di Universitas Muhamadiyah Surakarta” Penelitian tersebut bertujuan untuk memastikan apakah harga, promosi, kualitas pelayanan berdampak pada keputusan pembelian mahasiswa Universitas Muhamadiyah Surakarta untuk membeli tiket kereta api jarak jauh non subsidi.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Dari hasil penelitian yang ditulis oleh peneliti menunjukkan bahwa dalam uji T variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pada temuan uji F menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>19</sup>

Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah Variabel

---

<sup>19</sup>Muhammad Farid Ramadhan dan Zulfa Irawati, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Jarak Jauh Nonsubsidi: Studi Pada Konsumen Layanan Kereta Api di Universitas Muhamadiyah Surakarta,” *Economic Review Journal* 3, no. 1 (2024) : 533-535, <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.126>

independen berupa promosi serta sampel yang digunakan sebanyak 129 responden, sedangkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan variabel dependen berupa keputusan pembelian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rustian Luthfia, Muhammad Ridwan Basalamah, dan Budi Wahono dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI *Access* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019).<sup>20</sup> Penelitian jurnal tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI *Access* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan, kemudahan transaksi, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api baik secara persial maupun

---

<sup>20</sup>Ahmad Rustian Luthfia, Muhammad Ridwan Basalamah, dan Budi Wahono, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan transaksi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI *Access* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019),” *Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 12, no.2 (2023) : 1-10, <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21780>

simultan. Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah variabel independen berupa kepercayaan dan kemudahan transaksi. Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama meneliti jasa transportasi kereta api.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Vivin Santika Wulandari, Muhaimin Dimiyati, dan Hayatul Maspufah dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh *E- Service Quality*, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access di Kabupaten Jember.”<sup>21</sup> Penelitian tersebut bertujuan mengetahui pengaruh Pengaruh *E- Service Quality*, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access di Kabupaten Jember.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Dari hasil penelitian yang ditulis, penulis menjelaskan bahwa secara persial variabel independen *E-Service Quality* (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3), dan Kualitas Informasi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada aplikasi KAI access. Secara

---

<sup>21</sup> Vivin Santika Wulandari, Muhaimin Dumyati, dan Hayatul Maspufah, “ Pengaruh *E-Service Quality*, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access di Kabupaten Jember,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Informatika* 4, no. 2 (Desember 2023) : 1-11, <https://doi.org/10.31967/prodi.manajemen.v4i2.994>

simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dependen *E-Service Quality*, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada aplikasi KAI access. Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini variabel independen berupa Kepercayaan dan Kualitas Informasi serta berfokus pada pembelian tiket kereta api melalui aplikasi. Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah Sama-sam meneliti tentang jasa transportasi kereta api.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rizma Akbarani, Nur Hidayati, dan Muhammad Khoirul dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI Access ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang).” Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI Access.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Dalam hasil penelitiannya yang ditulis oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel independen kualitas layanan, harga, dan gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan variabel kualitas layanan, harga, dan gaya hidup

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>22</sup> Perbedaan jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah penelitian tersebut menjelaskan keputusan pembelian tiket kereta api secara umum, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada kereta api tanpa kursi. Persamaan jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah Sama-sama melakukan penelitian pada jasa transportasi kereta api dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rusdi Hidayat N, Acep Samsudin, Wildan Izzan Azmi, Innatus Solehah, Krisna Rahmadani Pratama, Faizah Radinka, Arifania Pratiwi, dan Syafira Widya Uni Putri dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Tiket KAI.” Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Analisis Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Tiket KAI.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Dalam hasil penelitiannya yang ditulis oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam pembelian tiket kereta api.<sup>23</sup> Perbedaan penelitian jurnal

<sup>22</sup> Rizma Akbarani, Nur Hidayati, dan Muhammad Khoirul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI Access ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang),” *Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 2 (2023) : 684, <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20698>

<sup>23</sup> Rusdi Hidayat N, et al., “Analisis Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Tiket KAI.” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no.5 (2023) : 4-6, <https://doi.org/10.26740/jim.v12n2.p211-226>



tersebut dengan penelitian ini ialah variabel independen berupa promosi. Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah peneliti sama-sama meneliti pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Alda Tria Septiani dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api.” Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, keamanan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api melalui aplikasi KAI *access*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Adapun hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, keamanan, dan kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket kereta api. Sedangkan secara simultan variabel harga, keamanan, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kereta api.<sup>24</sup>

Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah Variabel independen berupa keamanan dan kemudahan. Persamaan jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah sama-sama meneliti jasa transportasi kereta api dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

---

<sup>24</sup>Alda Tria Septiani, “Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api.” *Jurnal Ilmu dan Manajemen* 11, no.11 (2022) : 12-13, <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5013>

7. Penelitian yang dilakukan oleh Laila Putri Shalihah dan Titin Hargyatni dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2022 yang berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Lawu Di Stasiun Balapan Solo”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket kereta api argo lawu di stasiun Balapan Solo.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara persial variabel kualitas pelayanan dan promosi berepengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu terdapat pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Argo Lawu di Stasiun Balapan Solo.<sup>25</sup> Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah Variabel bebas berupa promosi serta jenis kereta api berbeda. Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah variabel terikat yaitu keputusan pembelian dan sama-sama menggunakan metode kuantitatif.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Munalifah, Ainun Jariyah, dan Jesi Irwanto dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Iklan, Harga, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket

---

<sup>25</sup> Laila Putri Shalihah dan Titin Hargyatni, “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Lewu Di Stasiun Balapan Solo,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 2, no.2 (Oktober 2022) : 148, <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i2.176>

Kereta Api Berbasis Online Pada Pengguna KAI Access Di Kota Lumajang”

Dari hasil penelitian yang ditulis, peneliti menjelaskan bahwa secara persial variabel Iklan, Harga, dan E-Service Quality berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan variabel Iklan, Harga, dan E-Service Quality berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada KAI access di kota Lumajang.<sup>26</sup> Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah variabel independen yakni berupa iklan Serta lokasi penelitiannya berbeda. Persamaan jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah variabel dependen yakni keputusan pembelian dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Candra Alfarizi dan Rizmawati dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI Access (Akses Kereta Api Indonesia).” Penelitian pada jurnal ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi KAI *access* ( Akses Kereta Api Indonesia ).

Metode penelitian yang digunakan pada jurnal tersebut adalah pendekatan kuantitatif. Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan

---

<sup>26</sup> Munalifah, Ainun Jariyah, dan Jesi Irwanto, “Pengaruh Iklan, Harga, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Penumpang KAI access Di Kota Lumajang,” *Journal Of Organization and Business Management* 3, no. 4 (2021) : 7-8, <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/536/396>

terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara bersamaan variabel harga, promosi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>27</sup> Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah variabel independen berupa promosi dan penelitian tersebut berfokus pada pembelian tiket secara online, sedangkan penelitian ini berfokus pada pembelian tiket baik secara online maupun offline. Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan meneliti jasa transportasi kereta api.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Billy Ibrahim Tarmiji dan Ratih Tresnati dalam menyelesaikan jurnalnya pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api.” Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang dikumpulkan berbentuk data numerik dan analisis statistik. Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan dalam uji F variabel

---

<sup>27</sup>Dimas Candra Alfarizi dan Rizmawati, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI Access (Akses Kereta Api Indonesia),” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10, no. 2 (Juli 2021) : 13-14, <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3906>.

harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>28</sup> Perbedaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini ialah penelitian tersebut berfokus pada keputusan pembelian tiket kereta api secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi. Persamaan jurnal tersebut dengan jurnal ini ialah Variabel independen sama-sama berupa harga dan kualitas pelayanan seta sama-sama meneliti jasa transportasi kereta api.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
1.	Mohammad Farid Ramadhan dan Zulfa Irawati (2024)	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Jarak Jauh Nonsubsidi: Studi Pada Konsumen Layanan Kereta Api di Universitas Muhamadiyah Surakarta	Variabel independen, promosi serta sampel yang digunakan sebanyak 129 responden, sedangkan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden	Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan variabel dependen berupa keputusan pembelian
2.	Ahmad Rustian Luthfia, Muhammad Ridwan	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Gaya Hidup	variabel idependen berupa kepercayaan dan	Persamaan penelitian jurnal tersebut dengan penelitian ini

<sup>28</sup>Billy Ibrahim Tarmiji dan Ratih Tresnati, “ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api,” *Prosiding Manajemen* 6, no.1 (Februari 2020) : 272-273, <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/20055>

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
	Basalamah, dan Budi Wahono (2023)	Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI <i>Access</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019)	kemudahan transaksi	ialah sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama meneliti jasa transportasi kereta api
3.	Vivin Santika Wulandari, Muhaimin Dumyati, dan Hayatul Maspufah (2023)	Pengaruh E-Service Quality, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access di Kabupaten Jember	Variabel independen berupa Kepercayaan dan Kualitas Informasi Serta berfokus pada pembelian tiket kereta api melalui aplikasi	Sama-sama meneliti tentang jasa transportasi kereta api
4.	Rizma Akbarani, Nur Hidayati, dan Muhammad Khoirul (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI <i>Access</i> ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang)	Penelitian tersebut menjelaskan keputusan pembelian tiket kereta api secara umum, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada tiket kereta api tanpa kursi	Sama-sama melakukan penelitian pada jasa transportasi kereta api dan menggunakan metode penelitian kuantitatif
5.	Rusdi Hidayat N, Acep Samsudin, Wildan	Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan	Variabel independen berupa promosi	Peneliti sama-sama meneliti pengaruh harga dan kualitas

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
	Izzan Azmi, Innatus Solehah, Krisna Ramadhani Pratama, Faizah Radinka, Arifania Pratiwi, dan Syafira Widya Uni Putri (2023)	Terhadap Pembelian Kereta Api		layanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api
6.	Alda Tria Septiani dan Suhermin (2022)	Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta	Variabel independen berupa keamanan dan kemudahan	Sama-sama meneliti jasa transportasi kereta api dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian
7.	Laila Putri Shalihah dan Titin Hargyatni (2022)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Lawu Di Stasiun Balapan Solo	Variabel bebas berupa promosi serta jenis kereta api berbeda	Variabel terikat berupa keputusan pembelian dan sama-sama menggunakan metode kuantitatif
8.	Munalifah, Ainun Jariyah, dan Jesi Irwanto (2021)	Pengaruh Iklan, Harga, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Penumpang KAI Access Di Kota Lumajang	Variabel independen yakni berupa Iklan serta lokasi penelitiannya berbeda.	Variabel dependen yakni keputusan pembelian dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif

No.	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
9.	Dimas Candra Alfarizi dan Rismawati (2021)	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI Access (Akses Kereta API Indonesia)	Variabel independen berupa promosi dan penelitian tersebut berfokus pada pembelian tiket secara online, sedangkan penelitian ini berfokus pada pembelian tiket baik secara online maupun offline	Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan meneliti jasa transportasi kereta api
10.	Billy Ibrahim Tarmiji dan Ratih Tresnati (2020)	Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api	Penelitian tersebut berfokus pada keputusan tiket kereta api secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi	Variabel independen sama-sama berupa harga dan kualitas pelayanan seta sama-sama meneliti jasa transportasi kereta api

## B. Kajian Teori

### 1. Manajemen Pemasaran (*Marketing Management Theory*)

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis,



perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*) penggerakan (*Actuating*) dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan perusahaan.<sup>29</sup> Dalam hal ini, manajemen pemasaran sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dimana, sebuah produk atau jasa yang dipasarkan akan sangat menentukan apakah konsumen akan memilih produk tersebut atau tidak. Keputusan tersebut dapat dilihat dari segi harga maupun kualitasnya. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

#### a. Harga

##### 1) Pengertian harga

Harga dalam pengertian sederhana adalah nilai yang diberikan pada produk dan jasa dalam bentuk uang. Harga adalah variabel yang sangat penting dalam menentukan terjadinya

---

<sup>29</sup> Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Sleman : CV Budi Utama, 2019), 2.

transaksi antara produsen dan konsumen. Jika nilai yang ditetapkan untuk suatu barang dan jasa sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membayar.<sup>30</sup>

Menurut Tjiptono, harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lain) yang ditukar untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga juga dapat dijelaskan sebagai salah satu komponen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga merupakan elemen yang paling mudah disesuaikan dalam program pemasaran, sementara fitur produk, saluran distribusi, dan bahkan komunikasi memerlukan waktu yang lebih lama.

## 2) Penetapan harga

Penetapan harga adalah keputusan penting yang mendukung keberhasilan operasi organisasi, baik yang berorientasi pada profit maupun non-profit. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi organisasi. Namun, menentukan harga (khususnya dalam pemasaran jasa) merupakan proses yang kompleks dan tidak mudah. Di satu sisi, harga yang terlalu tinggi dapat meningkatkan keuntungan jangka pendek, namun di sisi lain, akan sulit diakses oleh konsumen dan sulit bersaing dengan pesaing. Dalam beberapa kasus, harga yang terlalu tinggi dapat menarik perhatian lembaga perlindungan

---

<sup>30</sup> Muhammad Kusnady Tabsir, *Manajemen Pemasaran* (Klaten : Tahta Media Group, 2022), 84.

konsumen dan bahkan memicu intervensi pemerintah untuk menurunkannya. Selain itu, margin laba yang besar cenderung menarik minat pesaing untuk masuk ke industri yang sama. Di sisi lain, jika harga terlalu murah, pangsa pasar mungkin meningkat, tetapi margin kontribusi dan laba bersih akan menurun. Selain itu, beberapa konsumen mungkin akan menganggap kualitas produk rendah.

Lebih lanjut, harga memainkan peran penting baik secara makro (bagi perekonomian secara keseluruhan) maupun secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan).<sup>31</sup>

a) Bagi perekonomian. Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba. Harga berfungsi sebagai pengatur utama dalam sistem ekonomi, karena berpengaruh terhadap distribusi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, waktu, dan kewirausahaan. Tingkat upah yang tinggi menarik tenaga kerja, sedangkan tingkat bunga yang tinggi menarik investasi modal. Sebagai pengalokasi sumber daya, harga menentukan apa yang akan diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan membeli barang dan jasa yang dihasilkan (permintaan).

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), 192.

b) Bagi konsumen. Dalam penjualan ritel, ada kelompok pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga, menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan ketika memutuskan untuk membeli produk; sebaliknya, sebagian besar pembeli agak sensitif terhadap faktor lain, seperti reputasi merek, lokasi toko, layanan, nilai (value), fitur produk, dan kualitas. Persepsi pelanggan tentang kualitas produk juga sering dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga tinggi dianggap sebagai pertanda kualitas tinggi, terutama dalam produk khusus.

c) Bagi perusahaan. Harga adalah satu-satunya komponen strategi pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Ini membedakannya dari strategi pemasaran lainnya yang membutuhkan dana besar, seperti produk, distribusi, dan promosi. Permintaan pasar untuk produk tertentu sangat dipengaruhi oleh harganya. Harga memengaruhi posisi bersaing perusahaan dan pangsa pasarnya. Dengan demikian, harga berdampak pada pendapatan dan laba bersih bisnis. Singkatnya, harga yang ditetapkan adalah cara perusahaan mendapatkan uang.

3) Tujuan penetapan harga

Adapun tujuan spesifik dalam penetapan harga adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

a) Tujuan berorientasi pendapatan

Perusahaan biasanya mengejar profit dan berusaha memaksimalkan surplus pendapatan dibandingkan dengan pengeluaran, meski ada kendala tertentu. Sebaliknya, organisasi jasa sektor publik dan nirlaba cenderung fokus pada titik impas atau berusaha menjaga defisit operasional dalam batas yang wajar. Namun, banyak organisasi nirlaba menetapkan harga untuk mendapatkan laba pada beberapa elemen lini produk jasanya, guna memberikan subsidi silang pada jasa-jasa lainnya.

b) Tujuan Berorientasi Kapasitas

Sejumlah organisasi berupaya menyalurkan permintaan dan penawarannya guna mencapai tingkat pemanfaatan kapasitas produktif secara optimal pada waktu tertentu. Hotel dan perusahaan penerbang misalnya, berusaha memenuhi kamar dan kursinya, karena kamar dan kursi yang kosong merupakan aset yang tidak produktif. Akan tetapi, jika permintaan melebihi kapasitas, organisasi semacam ini cenderung berusaha meningkatkan laba dengan cara menaikkan

---

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, 207-208.

harga. Oleh sebab itu, harga tiket pesawat dan kamar hotel pada musim liburan lebih mahal dengan hari-hari biasa.

c) Tujuan Berorientasi Pelanggan

Tidak semua organisasi jasa menghadapi masalah keterbatasan kapasitas jangka pendek. Banyak jasa baru yang justru kesulitan menarik pelanggan. Diskon harga yang terkadang dibarengi pula dengan aktivitas promosi seperti hadiah langsung dan undian berhadiah biasa digunakan untuk menstimulasi product trial. Perusahaan-perusahaan yang berusaha memaksimalkan daya tariknya bagi tipe pelanggan spesifik harus menerapkan strategi penetapan harga yang bisa mengakomodasi perbedaan antar segmen pasar. Perbedaan daya beli, dan perbedaan preferensi pelanggan atas berbagai alternatif tingkat layanan.

4) Dimensi harga

Menurut Kotler dan Armstrong terdapat empat kriteria yang mencirikan harga. Pertama, keterjangkauan harga; kedua, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa; ketiga, kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan; dan keempat, harga yang sesuai dengan kemampuan atau daya saing. Keempat kriteria tersebut adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya : Indonesia Press, 2019), 42-44.

a) Keterjangkauan Harga

Konsumen mampu membeli produk atau jasa dengan harga yang telah ditentukan oleh perusahaan. Biasanya, dalam satu merek, terdapat berbagai jenis produk atau jasa yang ditawarkan dengan rentang harga yang bervariasi, mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal.

b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan

Harga sering dianggap sebagai indikator kualitas oleh konsumen. Mereka cenderung memilih barang dengan harga lebih tinggi karena menganggap adanya perbedaan kualitas. Jika harga lebih tinggi, konsumen biasanya berasumsi bahwa kualitasnya juga lebih baik.

c) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen akan memilih untuk menggunakan jasa jika manfaat yang diperoleh setara atau lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Jika manfaat produk dirasa lebih kecil dibandingkan dengan uang yang dibayarkan, konsumen akan menganggap produk tersebut mahal dan mungkin enggan melakukan pembelian ulang.

d) Harga Sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing

Konsumen sering membandingkan harga dan mempertimbangkan apakah harga tersebut mahal atau murah sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa tersebut.

## b. Kualitas Pelayanan

### 1) Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan atau *Service Quality* dapat dibedakan menjadi dua kriteria: kualitas pelayanan yang baik dan yang buruk. Kualitas pelayanan bersifat fleksibel dan dapat berubah, bukan sesuatu yang permanen atau kaku. Perubahan ini biasanya berupa peningkatan kualitas agar menjadi lebih baik. Dalam proses peningkatan kualitas pelayanan, beberapa hal diperlukan untuk mendukungnya, seperti survei atau observasi terhadap pelanggan, termasuk masukan, pendapat, dan umpan balik mengenai pelayanan yang telah diberikan. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta penyampaian secara tepat guna memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.<sup>34</sup>

Menurut Gultom kualitas pelayanan merupakan faktor penentu keberhasilan dan kualitas sebuah perusahaan. Hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan berkualitas kepada konsumen, yang juga berfungsi sebagai strategi untuk bertahan dan meraih sukses di tengah persaingan. Kualitas pelayanan atau jasa berfokus pada upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan.<sup>35</sup> Oleh karena

---

<sup>34</sup> Meithiana Indrasari, 61.

<sup>35</sup> Yudi Apriyan, Lalu M. Furkan, Weni Retnowati, "Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Toko Emas Merpati Gerung Lombok



itu, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan atau jasa dengan mutu terbaik kepada konsumen atau pelanggannya.

## 2) Indikator kualitas pelayanan

Menurut Zeithaml, Parassuraman & Berry indikator kualitas pelayanan dinilai berdasarkan pada lima dimensi, diantaranya:<sup>36</sup>

### a) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Dalam proses pelayanan, bukti fisik (*Tangible*) adalah fasilitas fisik yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. Kepuasan pengguna jasa sangat dipengaruhi oleh tampilan fisik (*tangible*) yang diberikan.

### b) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan dipercaya (*dependably*), terutama memberikan pelayanan secara tepat waktu (*on time*) dengan cara yang sama dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

### c) Tanggap (*Responsiveness*)

Kesediaan perusahaan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.

### d) Jaminan (*Assurance*)

---

Barat,” *Jurnal Manajemen Resiko dan Keuangan Syariah* 1, no.1 (2022) : 13, <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/jmrks/article/view/36>

<sup>36</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*, 27.

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan perusahaan dalam memberikan keamanan dan kepercayaan kepada konsumen.

e) Empati (*Empathy*)

Perhatian yang diberikan perusahaan kepada kebutuhan konsumen secara individual.

2. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*)

Teori Perilaku Konsumen adalah studi ilmiah yang bertujuan untuk memahami proses berpikir, perasaan, dan tindakan individu atau kelompok ketika mereka memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa. Dimana, teori ini menganalisis proses mulai dari pengenalan kebutuhan hingga evaluasi setelah pembelian. Menurut Leon Schiffman dan Leslie Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen menurut mereka berdua merupakan bagaimana seorang konsumen membuat keputusan sampai mereka mau membelanjakan sumber daya yang mereka miliki untuk mendapatkan apa yang ingin mereka konsumsi. Sumber daya tersebut meliputi waktu, uang, serta tenaga.<sup>37</sup>

Menurut Kotler dan Keller, kedua tokoh ini memberikan perspektif yang lebih luas dengan mendefinisikan perilaku konsumen sebagai serangkaian aktivitas yang melibatkan proses kognitif, afektif, dan konatif. Individu atau kelompok tidak hanya sekadar membeli produk, tetapi juga

---

<sup>37</sup> Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*, (Makassar: Alauddin University Press, 2016), 4.

terlibat dalam proses pertimbangan, evaluasi, dan penggunaan produk untuk mencapai kepuasan.

Menurut John C. Mowen dan Michael Minor memandang bahwa perilaku konsumen menjelaskan tentang seorang konsumen berproses dalam menentukan keputusan terhadap sebuah produk, mulai dari menerima, membeli, memanfaatkan, dan menentukan barang dan/ atau jasa yang digunakan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Singkatnya, ini adalah proses mental dan fisik yang dilalui seseorang dari saat mereka menyadari adanya kebutuhan hingga mereka memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen sangat penting bagi para pemasar. Dengan memahami faktor-faktor ini, pemasar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menjangkau target konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa terdapat empat faktor

utama yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Berikut faktor-faktor perilaku konsumen :<sup>38</sup>

a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh paling mendasar dan luas terhadap perilaku konsumen. Budaya membentuk nilai-nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku seseorang. Unsur-unsur faktor budaya meliputi:

1) Budaya

Sistem nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari dari keluarga dan institusi sosial lainnya.

2) Sub budaya

Kelompok sosial yang lebih kecil di dalam budaya yang berbagi nilai dan perilaku yang sama misalnya, kelompok etnis dan kelompok agama.

3) Kelas sosial

Kelompok sosial yang relatif homogen dan permanen dalam masyarakat yang tersusun secara hierarkis, dan yang anggota- anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

---

<sup>38</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), 166-181.

## b. Faktor Sosial

Faktor sosial juga sangat memengaruhi perilaku konsumen. Interaksi dengan orang lain dapat membentuk persepsi dan pilihan kita. Faktor sosial yang meliputi:

### 1) Kelompok referensi

Kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi sikap atau perilaku seseorang misalnya keluarga, teman, dan kelompok kerja.

### 2) Keluarga

Keluarga merupakan kelompok sosial primer yang paling berpengaruh, terutama dalam membentuk nilai-nilai dan preferensi konsumen sejak dini.

### 3) Peran dan status

Peran individu dalam suatu kelompok sosial akan memengaruhi perilaku pembeliannya.

## c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi meliputi karakteristik unik setiap individu yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Faktor pribadi meliputi:

### 1) Usia dan tahap siklus hidup

Kebutuhan dan keinginan konsumen berubah seiring bertambahnya usia dan tahap kehidupan.

### 2) Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang memengaruhi pendapatan dan gaya hidup seseorang.

3) Situasi ekonomi

Kondisi ekonomi secara keseluruhan dan situasi ekonomi pribadi akan memengaruhi daya beli konsumen.

4) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola atau cara yang digunakan seseorang untuk hidup dan mengelola waktu serta uangnya. Gaya hidup seseorang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat, dan pendapat seseorang untuk memengaruhi pilihan produk.

5) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian dan cara seseorang memandang dirinya sendiri akan memengaruhi pilihan produk.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis berkaitan dengan proses mental yang memengaruhi perilaku konsumen. Faktor psikologis meliputi:

1) Motivasi

Kebutuhan yang cukup kuat untuk mendorong seseorang untuk bertindak.

2) Persepsi

Proses di mana individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti tentang dunia.

### 3) Pengetahuan

Pengetahuan menggambarkan perubahan dalam perilaku individu tertentu yang berasal dari pengalaman.

### 4) Keyakinan dan Sikap

Pengalaman dan pembelajaran dapat membentuk keyakinan dan sikap individu, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian mereka. Perusahaan sangat berkepentingan dengan persepsi konsumen terhadap produk dan merek mereka, karena hal ini membentuk citra yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian.

## 4. Gaya Hidup Konsumen

### a. Pengertian gaya hidup

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, pendapat dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup merupakan bagian dari perilaku konsumen yang juga mempengaruhi tindakan konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian dekat dengan gaya hidup mereka yang ingin membeli produk yang bermanfaat dan berkualitas. Gaya hidup adalah cara hidup seseorang termasuk sikap individu orang tersebut terhadap dunia. Gaya hidup dibentuk oleh berbagai faktor, seperti latar belakang keluarga, tempat tinggal, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan kepribadian individu.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan cerminan diri seseorang yang terwujud dalam pola hidup sehari-hari. Hal ini dikarenakan mereka ingin produk tersebut dapat mendukung, melengkapi, dan meningkatkan gaya hidup yang mereka inginkan.

b. Dimensi gaya hidup

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup memiliki beberapa aspek penting yang digunakan untuk mengetahui gaya hidup, yaitu:<sup>39</sup>

1) Aktivitas

Aktivitas adalah cara individu memanfaatkan waktunya untuk mencari kesenangan dan kepuasan, walaupun harus mengeluarkan biaya.

Dalam hal ini, aktivitas mengacu pada berbagai kegiatan yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari, termasuk bagaimana mereka bepergian dan memilih moda transportasi. Aktivitas dapat berupa rutinitas, berbelanja, liburan, pekerjaan, hobi, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi preferensi terhadap moda transportasi tertentu.

2) Minat

Minat dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang diteruntukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek yang hidup maupun

---

<sup>39</sup> Yuliana Kartikasari, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 5, no. 2 (2017) : 4, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3858>



yang tidak hidup. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam hal ini, minat dapat merujuk pada ketertarikan individu terhadap berbagai hal termasuk produk dan layanan. Minat juga mencerminkan preferensi dan perhatian yang diberikan kepada aktivitas atau produk tertentu. Dimana, dalam penelitian ini adalah ketertarikan terhadap tiket kereta api tanpa kursi.

### 3) Opini

Opini dalam konteks gaya hidup dapat diartikan sebagai pandangan atau keyakinan seseorang terhadap dirinya sendiri dan produk-produk yang berkaitan dengan kesenangan hidupnya.

Opini ini merupakan cerminan dari cara pandang individu dalam memahami dan memaknai gaya hidupnya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa opini menggambarkan pandangan, kepercayaan, dan sikap individu terhadap berbagai isu dan produk. Dimana, opini mencakup persepsi individu terhadap kualitas, nilai, dan mamfaat dari tiket kereta api tanpa kursi serta pandangan mereka terhadap kereta api pandanwangi.

## 5. Keputusan Pembelian

### a. Pengertian keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang melibatkan penentuan apakah akan membeli atau tidak membeli suatu produk. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses di mana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli. Pengambilan keputusan adalah kegiatan individu yang terlibat langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang yang ditawarkan. Selain itu, pengambilan keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai pendekatan penyelesaian masalah dalam aktivitas membeli produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>40</sup>

### b. Tahap-tahap proses keputusan pembelian

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard terdapat lima tahap proses keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

- 1) *Problem Recognition*, menganalisis kebutuhan dan keinginan konsumen.
- 2) *Search*, pencarian informasi yang digunakan untuk memenuhi keinginan.
- 3) *Alternative Evaluation*, penilaian alternatif dengan mencari kriteria-kriteria tertentu. Kriteria ini digunakan oleh konsumen untuk menentukan alternatif mana yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

<sup>40</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik, 2021), 35-36.

- 4) *Choice*, proses pemilihan produk oleh konsumen menunjukkan bahwa telah terjadi transaksi pembelian.
- 5) *Out Comes*, produk yang dipilih telah memuaskan konsumen atau menjadikan ia ragu-ragu dari keputusan yang diambil, disini terjadi proses penilaian setelah membeli.<sup>41</sup>

Adapun tahapan-tahapan yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan pembelian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Tahapan Proses Keputusan Pembelian**

sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

c. Dimensi keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Keller, seperti yang diterjemahkan oleh Tjiptono (2012:184), keputusan konsumen untuk membeli suatu produk terdiri dari enam sub-keputusan mencakup:<sup>42</sup>

<sup>41</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, 39.

### 1) Pemilihan Produk

Konsumen memutuskan produk mana yang akan dibeli berdasarkan kebutuhan dan preferensi mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus pada individu yang tertarik membeli produk serta alternatif-alternatif yang mereka pertimbangkan. Ini termasuk memahami kebutuhan konsumen akan produk tertentu, variasi produk yang tersedia, dan kualitas produk yang ditawarkan.

### 2) Pemilihan Merek

Pembeli harus memutuskan merek mana yang akan dibeli, karena setiap merek memiliki karakteristik yang unik. Dalam konteks ini, perusahaan perlu memahami bagaimana konsumen memilih sebuah merek, termasuk faktor-faktor seperti kepercayaan terhadap merek dan popularitasnya.

### 3) Pemilihan Distributor

Konsumen kemudian memilih tempat atau saluran distribusi dari mana mereka akan membeli produk tersebut.

### 4) Waktu Pembelian

Konsumen memutuskan kapan waktu yang tepat untuk melakukan pembelian.

### 5) Jumlah Pembelian

Konsumen menentukan berapa banyak produk yang akan dibeli dalam satu kali pembelian.

---

<sup>42</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, 74-75.

#### 6) Metode Pembayaran

Konsumen memutuskan bagaimana mereka akan membayar produk tersebut, misalnya melalui tunai, kartu kredit, atau metode pembayaran lainnya.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

##### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan pada populasi atau sampel tertentu. Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, konkret, terukur, teramati, dan hubungan gejala yang bersifat sebab akibat.<sup>43</sup>

Jenis kuantitatif yang dipilih dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan teknik analisis statistik. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang suatu rumusan masalahnya bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan pendekatan statistik, diharapkan penelitian ini dapat membedakan hubungan antar variabel secara signifikan.<sup>44</sup>

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi dalam sebuah penelitian merupakan keseluruhan objek yang akan diteliti. Objek-objek ini menjadi sumber data untuk menjawab

---

<sup>43</sup> Sugiyono, 8.

<sup>44</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss* (Jakarta : Kencana, 2017).

pertanyaan penelitian. Namun jika populasi terlalu luas maka peneliti harus mengambil sampel dari populasi yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>45</sup> Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh penumpang Kereta Api Pandanwangi rute Banyuwangi – Jember yang menggunakan kelas ekonomi tanpa kursi.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah keseluruhan yang diambil dari populasi. Sampel dilakukan karena peneliti tidak memiliki banyak waktu, tenaga, dana untuk melakukan penelitian, serta populasi yang sangat besar.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dan cocok sebagai sumber data.<sup>46</sup> Teknik ini cocok digunakan ketika populasi yang diinginkan tidak dapat ditentukan sebelumnya atau tidak ada daftar populasi yang lengkap.

Pengambilan sampel dilakukan secara online. Jumlah sampel ditargetkan sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria tertentu.

---

<sup>45</sup> Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setyaningrum, dan Retna Anggitaningsih, “Pengaruh *Service Quality* dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhaktu Sumekar Kab. Sumenep”, *Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* 3, no. 1 (2023) : 23, <http://digilib.uinkhas.ac.id/12433/>

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 85.

Jumlah ini diharapkan cukup mewakili populasi penumpang kereta api Pandanwangi rute Banyuwangi – Jember yang bepergian menggunakan tiket kereta api tanpa kursi. Adapun, kriteria responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Penumpang yang bepergian dengan kereta api Pandanwangi tanpa kursi.
- b. Berusia 17 tahun ke atas.
- c. Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela
- d. Penumpang merupakan laki-laki dan perempuan.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data.<sup>47</sup> Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi penting dalam penelitian adalah:

#### 1. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data memiliki ciri khas yang membedakannya dari teknik lain seperti wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu melibatkan komunikasi dengan manusia, observasi tidak terbatas pada manusia saja tetapi juga dapat diterapkan pada objek-objek alam lainnya.

---

<sup>47</sup> Sugiyono, 137.



Menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan proses yang kompleks, tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua proses terpenting dalam observasi adalah pengamatan dan ingatan.<sup>48</sup>

## 2. Kuisisioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini efisien ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang akan diukur dan harapan dari responden. Kuesioner juga cocok digunakan ketika jumlah responden besar dan tersebar luas. Format kuesioner bisa berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, serta dapat disampaikan langsung kepada responden ataupun dikirim melalui internet.<sup>49</sup>

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah cara untuk memberikan skor atau kode pada setiap pertanyaan yang diberikan.

Pemberian skor ini menggunakan *skala Likert*, yaitu skala yang umum digunakan untuk menentukan skor. Adapun pemberian skor jawaban pada pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No.	Alternatif Jawaban	Skor Jawaban
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Cukup Setuju	3
4.	Setuju	4

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 145.

<sup>49</sup> Sugiyono, 142.

5.	Sangat Setuju	5
----	---------------	---

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

#### D. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah semua respon atau sumber data terkumpul. Ini melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data, serta perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian.<sup>50</sup>

Peneliti akan menganalisis dan mengolah data primer yang telah dikumpulkan menggunakan program SPSS. Adapun uji analisis data sebagai berikut:

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa valid suatu instrumen.<sup>51</sup> Nilai validitas tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur dengan benar, sedangkan nilai validitas rendah menunjukkan bahwa instrumen tersebut tidak valid dan tidak mewakili variabel yang diteliti. Berikut rumus yang digunakan untuk mengukur validitas.

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

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016), 147.

<sup>51</sup> Siti Indah Purwaning Yuwana dan Ayu Wulandari, "Pengaruh *Brand Pride*, *Web Design Quality*, dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention E-Commerce Shopee* Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2023) : 114, <https://ejurnal.uinj.ac.id/index.php/jebi/article/view/2250>

$n$  = Banyaknya variabel

$x$  = Skor setiap variabel

$y$  = Total skor semua variabel

Jadi, apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha=0,05$ , maka item kuisisioner tersebut valid. Sedangkan Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item kuisisioner tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah proses untuk menentukan apakah hasil pengukuran dari suatu data memiliki keteraturan atau konsistensi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur kepada responden. Karena instrumen yang dapat digunakan harus memiliki kriteria data yang dapat dipercaya sehingga data tersebut baik dan dapat digunakan untuk penelitian.<sup>52</sup> Uji reabilitas dapat diukur dengan aplikasi SPSS menggunakan Alpha Cronbach. Semakin tinggi nilai alpha, semakin baik reliabilitas instrumen. Nilai alpha yang umumnya dapat diterima adalah di atas 0,70. Jadi, apabila nilai alpha conbach  $>0,70$  maka intrumen dikatakan reliabel.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah suatu data menyebar secara normal atau tidak. Dasar pengambila keputusan ini

---

<sup>52</sup> Aminatus Zahriyah, et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS* ( Jember : Mandala Press, 2021), 109-114.

dengan melihat grafik histogram dan normal probability plot. Jika titik-titik data mengikuti garis diagonal, maka data kita dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal, maka data kita tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam metode regresi berganda OLS, salah satu asumsinya adalah bahwa tidak ada hubungan linier antar variabel independen. Namun, jika ada hubungan linier antar variabel independen dalam satu regresi, ini disebut multikolinieritas.<sup>53</sup> Untuk mengetahui apakah ada masalah multikolinieritas dalam model regresi, kita bisa melihat nilai Tolerance dan VIF. Jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka bisa disimpulkan tidak ada masalah multikolinieritas.<sup>54</sup> Ini berarti variabel-variabel bebas dalam model tidak saling berkaitan terlalu kuat satu sama lain.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk setiap pengamatan dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan baik jika tidak adanya heteroskedastisitas. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk

<sup>53</sup> Aminatus Zahriyah, et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 82.

<sup>54</sup> Faizatul Hikmah dan Aminatus Zahriyah, "Pengaruh Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Daerah (Lazda) Rizki Jember", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2024) : 117, <https://ejurnal.uinj.ac.id/index.php/jebi/article/view/3193>

menguji asumsi ini menggunakan grafik scatter plot antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID). Jika terdapat pola tertentu (misalnya, titik-titik data membentuk corak tertentu), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas. Pada grafik ini, sumbu Y mewakili nilai yang diprediksi oleh model, sedangkan sumbu X mewakili selisih antara nilai prediksi dengan nilai aktual yang telah distandarisasi.

#### 4. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Di mana:

Y = Ekspor

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien X1

$\beta_2$  = Koefisien X2

$\beta_3$  = Koefisien X3

X1 = Variabel Harga

X2 = Variabel Kualitas Pelayanan

X3 = Variabel Gaya Hidup

e = Standart error

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T ( Uji persial )

Uji t digunakan untuk menilai apakah setiap variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Ini dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi dari setiap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan uji t ialah, jika nilai  $\text{sig} < 0,05$ , atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka variabel X berpengaruh pada variabel Y.

### b. Uji F ( Uji simultan )

Uji F digunakan untuk menilai apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Ini dilakukan dengan membandingkan variasi dalam model regresi dengan variasi yang dijelaskan oleh variabel independen dengan variasi yang tidak dijelaskan oleh model.

Hasil uji F digunakan untuk membuat keputusan tentang signifikansi keseluruhan model regresi, sesuai dengan kriteria keputusan yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk melihat nilai uji f bisa dilihat pada tabel ANOVA. Dasar keputusan uji F ialah, jika  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka X berpengaruh terhadap Y.

### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan variabel independen yang

digunakan. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1. Ketika nilai  $R^2$  mendekati 0, itu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Namun, jika nilai  $R^2$  mendekati 1, itu menunjukkan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik model dapat memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan.<sup>55</sup>



---

<sup>55</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Undip, 2018), 97.

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Perusahaan

PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara yang mengelola transportasi kereta api di Indonesia. Layanannya meliputi angkutan penumpang dan barang. Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai pada 17 Juni 1864, dengan pembangunan jalur Semarang-Vorstenlanden oleh perusahaan swasta Belanda, NV NISM.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember merupakan salah satu unit operasional perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan jalur kereta api dan fasilitas terkait di wilayah ujung timur Pulau Jawa. Berkantor pusat di Jalan Dahlia 2, Jember, Daop IX memiliki sejumlah stasiun utama, di antaranya Jember, Ketapang, Banyuwangi Kota, Probolinggo, Pasuruan, Kalisat, dan Kalibaru. Daop IX dipimpin oleh seorang *Executive Vice President* (EVP)/Kepala Daerah Operasi yang bertanggung jawab langsung kepada Direksi PT KAI.

##### 2. Visi dan Misi

###### a. Visi

Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia.

###### b. Misi



- Untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
- Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan

### 3. Budaya Perusahaan

- a. Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- b. Kompeten : Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- c. Harmonis : Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- d. Loyal : Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- e. Adaptif : Terus berinovasi dan antusias dalam menghadapi perubahan.
- f. Kolaboratif : Membangun kerjasama yang sinergis

## B. Penyajian Data

### 1. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah 100 pengguna tiket kereta api tanpa kursi pada Kereta Api Pandanwangi di PT. Kereta Api Daop 9 Jember. Data demografis seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan

dikumpulkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang karakteristik pengguna jasa dalam penelitian ini.

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	15	15%
2	Perempuan	85	85%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber:* Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 85 penumpang dengan persentase 85%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 15 penumpang dengan persentase 15%. Hal tersebut dikarenakan kaum perempuan lebih sering melakukan perjalanan menggunakan jasa Kereta Api Pandanwangi tanpa kursi.

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 Tahun	98	98%
25-40 Tahun	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber:* Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah usia responden yang paling banyak adalah 17 – 25 tahun berjumlah 98 responden dengan persentase 98%. Sedangkan jumlah umur responden 25 – 40 tahun berjumlah 2 responden dengan persentase 2%.

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Mahasiswa/Pelajar	61	61%
2.	Pegawai Negeri/Swasta	39	39%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden didominasi oleh mahasiswa/pelajar dengan persentase 61%, sedangkan sisanya adalah pegawai negeri / swasta berjumlah 39 responden dengan presentase 39%.

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Adapun uji validitas instrumen penelitian ini, digunakan analisis korelasi Pearson dengan bantuan SPSS. Koefisien korelasi ( $r$  hitung) yang diperoleh dari hasil analisis kemudian dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel, sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan valid

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Adapun r tabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 untuk uji dua arah dalam penelitian ini adalah sebesar 0,1966 yang didapat dengan melihat r tabel menggunakan rumus  $df$  (degree of freedom) =  $(N-2)$  dengan  $N$  merupakan jumlah data atau responden dalam penelitian. Besarnya nilai  $df$  pada penelitian ini dapat dihitung  $100-2$  atau  $df$  sebesar 98. Sehingga didapatkan hasil uji validitas instrumen penelitian sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Person Correlation**

VARIABEL	ITEM PERTANYAAN	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
<b>HARGA (X1)</b>	X1.1	0,718	>0,1966	Valid
	X1.2	0,757	>0,1966	Valid
	X1.3	0,662	>0,1966	Valid
	X1.4	0,815	>0,1966	Valid
<b>KUALITAS PELAYANAN (X2)</b>	X2.1	0,684	>0,1966	Valid
	X2.2	0,728	>0,1966	Valid
	X2.3	0,800	>0,1966	Valid
	X2.4	0,641	>0,1966	Valid
	X2.5	0,788	>0,1966	Valid
<b>GAYAHIDUP (X3)</b>	X3.1	0,831	>0,1966	Valid
	X3.2	0,871	>0,1966	Valid
	X3.3	0,776	>0,1966	Valid
<b>KEPUTUSAN (Y)</b>	Y1	0,743	>0,1966	Valid
	Y2	0,852	>0,1966	Valid
	Y3	0,839	>0,1966	Valid
	Y4	0,855	>0,1966	Valid

Sumber: Data diolah dari SPSS,2024

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tersebut terlihat bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,1966) maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel X1, X2, X3, dan Y adalah valid, sehingga angket atau kuesioner yang

digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini baik dan layak digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dengan demikian, instrumen berupa angket atau kuesioner yang digunakan pada setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur data variabel.

#### b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.<sup>56</sup> Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel guna mengetahui suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pada penelitian ini digunakan metode pengukuran reliabilitas *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  maka kuesioner dapat dikatakan reliabel.<sup>57</sup> Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reabilitas X1**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

*Sumber:* Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,713 > 0,70$ . Jadi instrumen variabel harga (X1) dinyatakan reliabel.

<sup>56</sup> Nurul Setianingrum, Intan Dwi Puspitasari, dan Zulfa Ahmad Kurniawan, "The Influence Of Motivation, Entrepreneurial Creativity And Business Innovation Towards The Interest Of Generation Z Students In Startup Business In Jember District," *Majalah Ilmiah Dian Ilmu* 23, no.2 (2024) : 173, <https://doi.org/10.37849/midi.v23i2.389>

<sup>57</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 46.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reabilitas X2**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	5

*Sumber:* Data primer diolah,2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,770 > 0,70$ . Jadi instrumen variabel kualitas pelayanan (X2) dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reabilitas X3**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	4

*Sumber:* Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,837 > 0,70$ . Jadi instrumen variabel gaya hidup (X3) dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reabilitas Y**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	4

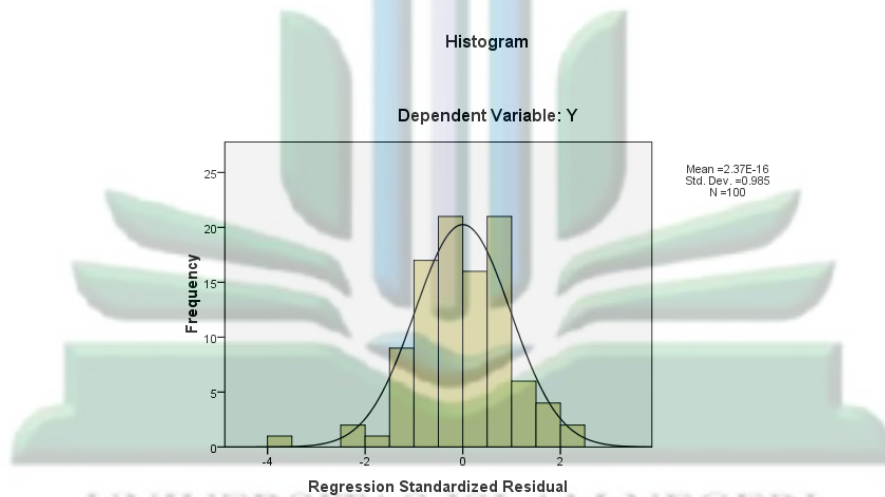
*Sumber:* Data primer diolah,2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar  $0,842 > 0,70$ . Jadi instrumen variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil seperti gambar di bawah ini.

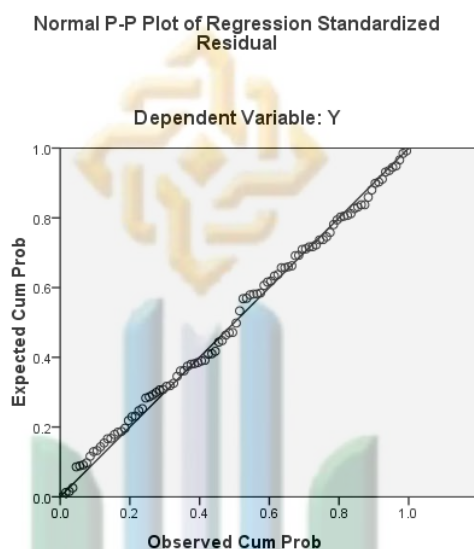


**Gambar. 4.1**

### Histogram

*Sumber:* Data primer diolah, 2024

Berdasarkan grafik histogram tersebut, dapat dilihat bahwa data hasil penelitian ini ditunjukkan oleh grafik histogram normal yang ditandai dengan bentuk kurva lonceng, sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal. Hasil ini diperkuat oleh hasil grafik *normal probability plot* di bawah ini:



**Gambar. 4.2**  
**Normal P-Plot**

*Sumber:* Data primer diolah SPSS,2024

Berdasarkan grafik yang ditampilkan, titik-titik data menyebar secara acak di sekitar garis regresi dan mengikuti pola yang relatif linear. Hal ini mengindikasikan bahwa residual dari model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas dalam model regresi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai  $VIF < 10$  umumnya mengindikasikan tidak adanya masalah multikolinearitas yang signifikan pada model regresi.<sup>58</sup>

<sup>58</sup> Imam Ghozali, 107-108.



Berdasarkan hasil analisis multikolinearitas menggunakan SPSS, diperoleh hasil seperti yang tertera pada tabel berikut.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,631	1,585
Kualitas Pelayanan (X2)	0,63	1,555
Gaya Hidup (X3)	0,811	1,233

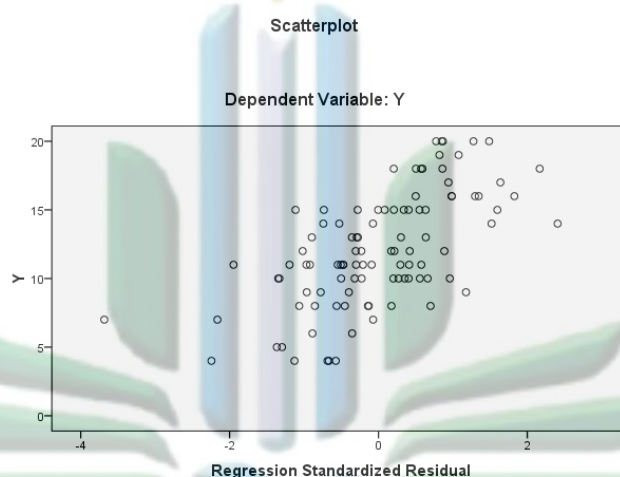
*Sumber:* Data diolah oleh peneliti, 2024

Dari hasil pengujian tersebut dapat dilihat variabel harga (X1) memiliki nilai VIF  $1,585 < 10$  maka variabel harga (X1) signifikan. Selanjutnya pada variabel kualitas pelayanan nilai VIF  $1,555 < 10$  maka variabel kualitas pelayanan (X2) signifikan. Selanjutnya untuk variabel gaya hidup dengan nilai VIF  $1,233 < 10$  maka variabel gaya hidup (X3) signifikan. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan adanya masalah multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui terdapat kesamaan atau perbedaan varian dalam model regresi. Cara melihat adanya heteroskedastisitas disuatu model bisa dilihat dengan

scatterplot yaitu penyebaran titik secara acak, titik bukan cuma bergerombol di atas maupun di bawah. Berdasarkan hasil analisis heteroskedastisitas menggunakan SPSS, diperoleh hasil seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut.



**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

*Sumber:* Data diolah oleh peneliti, 2024

Hasil data pada uji heteroskedastisitas di dalam tabel menunjukkan penyebaran titik secara acak, penyebaran titik baik di atas maupun di bawah, serta tidak terbentuknya pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik model regresi

dalam menjelaskan variabel terikat. Artinya, variabel bebas memberikan kontribusi yang besar dalam memprediksi nilai variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat diukur dengan nilai *Adjusted R Square*. Dimana, *Adjusted R Square* digunakan pada saat variabel bebas lebih dari satu.

**Tabel 4.10**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.598	2.624

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS,2024

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tabel tersebut, diperoleh hasil bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0, 598 atau 59,8%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (Harga, Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 59,8%. Artinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 59,8% sedangkan sisanya 41,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi linear berganda.

#### b. Uji T

Uji t bertujuan mengetahui koefisien regresi secara parsial, untuk mengukur besarnya perbedaan tiap variabel. Syarat penerimaan hipotesis yaitu jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$  artinya hipotesis

diterima, sedangkan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $sig > 0,05$  hipotesis ditolak.

Hipotesis yang digunakan dalam pengajuan ini adalah:

$H_a$  : Variabel independen ( harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup) terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_o$  : Variabel independen ( harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup) tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.786	1.884		1.478	.143
X1	.325	.108	.283	3.016	.003
X2	.081	.081	.093	1.001	.319
X3	.480	.118	.370	4.080	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber:* Data primer diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji t tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Harga (X1)

Nilai signifikansi X1 adalah sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $3,016 > t_{tabel}$   $1,985$ , maka  $H_a$  diterima  $H_1$  ditolak. Jadi, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

2) Kualitas Pelayanan (X2)

Nilai signifikansi X2 adalah sebesar  $0,319 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $1,001 < t_{tabel}$   $1,985$ , maka  $H_a$  ditolak  $H_2$  diterima. Jadi,

kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

### 3) Gaya Hidup (X3)

Nilai signifikansi X3 adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,080 > t_{tabel} 1,985$ , maka  $H_a$  diterima  $H_3$  ditolak. Jadi, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi

### c. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Keputusan diambil berdasarkan perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel. Dalam penelitian ini. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_4$ ) diterima dan sebaliknya. Artinya, model regresi yang digunakan dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen secara signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa setidaknya satu atau lebih variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun nilai Ftabel pada penelitian ini didapat dari  $DF = k-1 = 4-1 = 3$ , dan  $DF = n - k = 100 - 4 = 96$  dimana n (jumlah sampel) dan k (jumlah variabel). Sehingga pada tabel F diperoleh nilai 2,70.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1033.771	3	344.590	50.029	.000 <sup>a</sup>
Residual	661.229	96	6.888		
Total	1695.000	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2024

Berdasarkan table di atas nilai sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$   $50,029 > F_{tabel}$   $2,70$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Jadi, secara simultan variable harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

#### **d. Analisis Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier berganda merupakan uji yang dilakukan untuk menguji hubungan antara lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), Gaya Hidup (X3), terhadap keputusan pembelian (Y). Berikut ini adalah hasil perhitungan menggunakan SPSS untuk analisis regresi linier berganda:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.786	1.884		1.478	.143
X1	.325	.108	.283	3.016	.003
X2	.081	.081	.093	1.001	.319
X3	.480	.118	.370	4.080	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2.786 + 0,325 X_1 + 0,081 X_2 + 0,480 X_3 + e$$

- 1) Konstanta sebesar 2,786 artinya jika Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Gaya Hidup (X3) nilainya adalah nol (0), maka Keputusan Pembelian (Y) nilainya adalah 2,786.
- 2) Koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,325 menunjukkan searah, artinya jika variabel independen lain tetap dan Harga mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,325.
- 3) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,081 menunjukkan searah, artinya jika variabel independen lain tetap dan Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,081.

- 4) Koefisien regresi variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) sebesar 0,480 menunjukkan searah, artinya jika variabel independen lain tetap dan Gaya Hidup mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,480.

#### D. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Variabel Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )

###### Secara Parsial

Berdasarkan hasil uji secara parsial pada data di atas diperoleh perbandingan yaitu  $t_{hitung}$  3,016 dengan tingkat signifikansi 0,003. Karena  $t_{hitung}$  3,016 >  $t_{tabel}$  1,985 sedangkan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ , maka ( $H_a$ ) diterima dan ( $H_0$ ) ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket kereta api menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar responden dalam memilih moda transportasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kereta api Pandanwangi cukup sensitif terhadap harga. Kemungkinan besar, konsumen membandingkan harga tiket kereta api tanpa kursi dengan moda transportasi alternatif seperti bus atau kendaraan pribadi. Jika harga tiket kereta api dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan alternatif lain yang menawarkan manfaat serupa, maka konsumen cenderung memilih opsi yang lebih murah. Selain itu, konsumen seringkali menggunakan harga sebagai indikator nilai pada suatu



produk atau jasa. Dimana, harga yang lebih rendah dapat ditafsirkan sebagai penawaran yang lebih baik.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller dalam bukunya yang mengatakan bahwa " Harga merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa, hal ini dikarenakan kekuatan dalam segi menentukan harga yang tepat menjadi senjata produsen untuk memasarkan jasanya".<sup>59</sup> Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vivin Santika Wulandari, Muhaimin Dimiyati, dan Hayatul Maspufah yang menyatakan bahwa secara persial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>60</sup> Penelitian ini juga didukung dengan penelitian Alda Tria Septiani dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>61</sup>

## **2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Parsial**

Berdasarkan hasil uji secara parsial pada data di atas diperoleh perbandingan yaitu thitung 1,001 dengan tingkat signifikansi 0,319. Karena thitung 1,001 < ttabel 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,319 yang lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa

<sup>59</sup> Kotler & Keller, *Marketing Management*, 228.

<sup>60</sup> Vivin Santika Wulandari, Muhaimin Dumiyati, dan Hayatul Maspufah, "Pengaruh *E-Service Quality*, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access di Kabupaten Jember", 1.

<sup>61</sup> Alda Tria Septiani, "Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api", 13.

perbedaan atau hubungan yang diamati tidak dapat dianggap signifikan secara statistik. Maka ( $H_a$ ) ditolak dan ( $H_0$ ) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penumpang mungkin memiliki ekspektasi yang rendah terhadap kualitas pelayanan kereta api tanpa kursi. Akibatnya, meskipun terdapat kekurangan dalam kualitas pelayanan, penumpang mungkin tidak merasa terlalu terganggu. Selain itu, Rute Banyuwangi-Jember memiliki jarak tempuh yang relatif singkat. Dalam perjalanan jarak pendek, penumpang mungkin tidak terlalu sensitif terhadap kualitas pelayanan karena waktu perjalanan yang singkat. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Ainun Fitra Rahma dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Pandanwangi Di Stasiun Ketapang Banyuwangi” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>62</sup>

### **3. Pengaruh Variabel Gaya Hidup (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Parsial**

Berdasarkan hasil uji secara parsial pada data di atas diperoleh perbandingan yaitu  $t_{hitung}$  4,080 dengan tingkat signifikansi 0,000.

---

<sup>62</sup> Ainun Fitra Rahma, “Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Pandanwangi Di Stasiun Ketapang Banyuwangi” (Skripsi, STIE Mandala Jember, 2021), 61.

Karena  $t_{hitung} 4,080 > t_{tabel} 1,985$  sedangkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka ( $H_a$ ) diterima dan ( $H_0$ ) ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi.

Gaya hidup adalah cara hidup seseorang termasuk sikap individu orang tersebut terhadap dunia. Gaya hidup ini erat kaitannya dengan perilaku konsumen, termasuk keputusan pembelian. Dimana, Orang-orang cenderung membeli produk dan jasa yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Hal ini dikarenakan mereka ingin produk tersebut dapat mendukung, melengkapi, dan meningkatkan gaya hidup yang mereka inginkan. Oleh karena itu, individu akan menilai suatu produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut sesuai dengan nilai-nilai dan gaya hidup mereka. Dengan demikian, dalam penelitian ini tiket kereta api tanpa kursi dianggap sesuai dengan nilai-nilai hemat dan sederhana bahkan individu dengan gaya hidup seperti itu akan lebih cenderung memilihnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rustian Luthfia, Muhammad Ridwan Basalamah, dan Budi Wahono yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019) yang

menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>63</sup>

#### **4. Pengaruh Variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Gaya Hidup (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Simultan**

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 50,029 juga lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara simultan, variabel harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi dalam keputusan pembelian.

Temuan ini menguatkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi berbagai faktor yang saling terkait. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rizma Akbarani, Nur Hayati, dan Muhammad Khoirul dalam jurnalnya yang meyakini bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.<sup>64</sup>

<sup>63</sup> Ahmad Rustian Luthfia, Muhammad Ridwan Basamalah, dan Budi Wahono, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan transaksi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019), 1.

<sup>64</sup> Rizma Akbarani, Nur Hidayati, dan Muhammad Khoirul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI Access (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang),” 684.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang mendalam mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi. Dimana, hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,016 dengan tingkat signifikansi 0,003, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi. Nilai t hitung sebesar 1,001 dengan tingkat signifikansi  $0,319 > 0,05$ . Kemungkinan besar, hal ini disebabkan oleh ekspektasi konsumen yang relatif rendah terhadap kualitas pelayanan kereta api tanpa kursi.
3. Hasil uji variabel gaya hidup menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi, dengan signifikansi 0,000 dan thitung 4,080.
4. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, variabel harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi. Nilai F hitung sebesar 50,029 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi dalam keputusan pembelian.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis hipotesis, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini diketahui bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi. Untuk itu, disarankan agar perusahaan mempertahankan daya tarik harga karena harga terbukti sangat signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Meskipun secara statistik variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi, penting perusahaan untuk tetap memperhatikan aspek-aspek kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen, seperti kebersihan, kenyamanan, dan keamanan.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi. Untuk itu, disarankan perusahaan melakukan segmentasi pasar yang lebih detail berdasarkan gaya hidup penumpang. Hal ini akan membantu perusahaan dalam merancang produk dan layanan yang lebih relevan sesuai dengan gaya hidup penumpang.

4. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup, secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan peningkatan secara komprehensif terhadap ketiga aspek tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbarani, Rizma, Nur Hidayati, dan Muhammad Khoirul. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui KAI Access ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang)." *Jurnal Riset Manajemen* 12, no. 2 (2023) : 684. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20698>.
- Alfarizi, Dimas Candra dan Rizmawati. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI Access (Akses Kereta Api Indonesia)." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10, no. 2 (Juli 2021) : 13-14. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3906>.
- Al-Qur'an. Surat Al-An'am ayat 120. <https://quran.nu.or.id/al-anam/120>
- Apriyan, Yudi, Lalu M. Furkan, Weni Retnowati. "Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Toko Emas Merpati Gerung Lombok Barat." *Jurnal Manajemen Resiko dan Keuangan Syariah* 1, no.1 (2022) : 13. <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/jmrks/article/view/36>.
- Chandra, Teddy, Stefani Chandra, dan Layla Hafni. *Service Quality, Costumer Satisfaction, dan Costumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. Malang : CV. IRDH, 2020.
- Dewi, Retia Kartika. "Pengertian Harga Menurut Philip Kotler dan Amstrong." Diakses pada 20 Mei 2024 dari <https://www.kompas.com/skola/read/2024/02/07/155335969/pengertian-harga-menurut-philip-kotler-dan-amstrong>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Undip, 2018.
- Ginting, Nazla Maharani dan rosniwaty Br Bangun. "Pengaruh Gaya hidup dan Persepsi konsumen Terhadap Keputusan pembelian Pada Store Urban Traffic Medan." *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis* 3, no.1 (2022) : 115. <https://doi.org/10.36490/value.v3i1.381>.
- Gunarsih, Cindy Magdalena, Kalangi, dan Lucky Temengkel. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Bayungon Amurang." *Productivity* 2, no.1 (2021) : 70. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>.
- Hikmah, Faizatul dan Aminatus Zahriyah. "Pengaruh Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Melalui



- Lembaga Amil Zakat Daerah (Lazda) Rizki Jember". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2024) : 117. <https://ejurnal.uij.ac.id/index.php/jebi/article/view/3193>.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Indonesia Press, 2019.
- Islam, Muhammad Fachrul. "Pengaruh Lokasi, Kenyamanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pelangi Stationary Cabang Sidoarjo." Ph.D diss., STIE Mahardhika Surabaya, 2022.
- Kabar Banyuwangi. Diakses Pada Tanggal 04 Mei 2024 dari <https://kabarbanyuwangi.co.id/kapasitas-kursi-ka-pandanwangi-relasi-jember--banyuwangi-dibatasi-120-persen>.
- Kartikasari, Yuliana. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 5, no. 2 (2021) : 4. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3858>.
- Kotler & Keller. *Marketing Management*. United States : Pearson Education, Inc., 2012.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009.
- Luthfia, Ahmad Rustian, Muhammad Ridwan Basamalah, dan Budi Wahono. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan transaksi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI *Access* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019)." *Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 12, no.2 (2023) : 1-10. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21780>.
- Madaniyah, Sofiyatul, Nurul Setyaningrum, dan Retna Anggitaningsih, "Pengaruh *Service Quality* dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhaktu Sumekar Kab. Sumenep". *Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* 3, no. 1 (2023) : 23. <http://digilib.uinkhas.ac.id/12433/>.
- Mashuri, Nafi Affrai. " Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api ( Studi Kasus Penumpang Kereta Api Joglosemarkerto)." Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020.
- Mukti, Abdul dan Kartin Aprianti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kiranin *Coffee*." *Jurnal Bina*

*Manajemen* 10, no. 1 (September 2021) : 231.  
<https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>.

Munalifah, Ainun Jariyah, dan Jesi Irwanto. "Pengaruh Iklan, Harga, dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Penumpang KAI access Di Kota Lumajang." *Journal Of Organization and Business Management* 3, no. 4 (2021) : 7-8.

Pangemanan, Syanne dan Tompanatu. *Dasar-dasar Transportasi*. Sulawesi Utara : Polimdo Press, 2018.

Rahma, Ainun Fitra. " Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Pandanwangi Di Stasiun Ketapang Banyuwangi." Skripsi, STIE Mandala Jember, 2021.

Ramadhan, Muhammad Farid dan Zulfa Irawati. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Jarak Jauh Nonsubsidi: Studi Pada Konsumen Layanan Kereta Api di Universitas Muhammadiyah Surakarta." *Economic Review Journal* 3, no. 1 (2024) : 533-535. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.126>.

Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.

Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 23 tahun 2007 Tentang Perkeretaapian.

Septiani, Alda Tria. "Pengaruh Harga, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api." *Jurnal Ilmu dan Manajemen* 11, no.11 (2022) : 12-13.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5013>.

Setianingrum, Nurul, Intan Dwi Puspitasari, dan Zulfa Ahmad Kurniawan. "The Influence Of Motivation, Entrepreneurial Creativity And Business Innovation Towards The Interest Of Generation Z Students In Startup Business In Jember District." *Majalah Ilmiah Dian Ilmu* 23, no.2 (2024) : 173. <https://doi.org/10.37849/midi.v23i2.389>.

Setyaningrum, Nurul, Handoyo Djoko W, dan Andi Wijayanto. " Pengaruh kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Sedaap di Kecamatan Tembalang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2014) : 3.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/4420>.

Shalihhah, Laila Putri dan Titin Hargyatni. " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Lewu Di Stasiun Balapan Solo." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan*

*Kewirausahaan* 2, no.2 (Oktober 2022) : 148.  
<https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i2.176>.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*. Jakarta : Kencana, 2017.

Sudiyono, Maris Kurniawati, Rita Indah Mustikowati. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. Malang : Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, 2018.

Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung : Alfabeta, 2022.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* Bandung : Alfabeta, 2016.

Sulistiyowati, Wiwik. *Kualitas Layanan : Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo : Umsida Press, 2018.

Swatama, Gede Agung Adi dan Gde Kt Warmika. "PERAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar)." *Jurnal Manajemen* 11, no.6 (2022) : 1238. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v11.i06.p09>.

Tarmiji, Billy Ibrahim dan Ratih Tresnati. " Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api." *Prosiding Manajemen* 6, no.1 (Februari 2020) : 272-273. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/20055>.

Tasbir, Muhammad Kusnady. *Manajemen Pemasaran*. Klaten : Tahta Media Group, 2022.

Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN Khas Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset, 2014.

Tua, Vanny Maruli Tua, Andri, dan Ira Meike Andariyani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricssindo." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (Juli 2022) : 141. <https://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/download/266/307> .

Widyana, Suci Fika dan Puspa Gradiza. "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA BUS DAMRI MELALUI KUALITAS PELAYANAN (Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung)." *Jurnal Bisnis*

dan *Pemasaran* 12, no. 1 (Maret 2022) : 1-15.  
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/2125>.

Wulandari, Vivin Santika, Muhaimin Dumpyati, dan Hayatul Maspufah. “Pengaruh *E-Service Quality*, Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket KERETA api Melalui Aplikasi KAI Access di Kabupaten Jember.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Informatika* 4, no. 2 (Desember 2023) : 1-11.

Yuwana, Siti Indah Purwaning dan Ayu Wulandari. “Pengaruh *Brand Pride*, *Web Desaign Quality*, dan *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention E-Commerce Shopee* Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2023) : 114. <https://ejurnal.uij.ac.id/index.php/jebi/article/view/2250>.

Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jember : Mandala Press, 2021.

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang : Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

*Lampiran*

**MATRIKS PENELITIAN**

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber Data</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Rumusan Masalah</b>
Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi ( Survei Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga (X1)</li> <li>2. Kualitas Pelayanan (X2)</li> <li>3. Gaya Hidup (X3)</li> <li>4. Keputusan Pembelian (Y)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterjangkauan harga</li> <li>• Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>• Daya saing harga</li> <li>• Kesesuaian harga terhadap mamfaat produk</li> </ul> </li> <li>2. Kualitas Pelayanan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tangible (Bukti Fisik)</li> <li>• Assurance ( Jaminan)</li> <li>• Responsiveness (Tanggap)</li> <li>• Reability (Keandalan)</li> <li>• Empathy (Empati)</li> </ul> </li> <li>3. Gaya Hidup <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivitas ( Activity)</li> <li>• Minat ( Interest)</li> <li>• Opini (Opinion)</li> </ul> </li> </ol>	Subyek Penelitian: Penumpang kereta api pandanwangi yang menggunakan tiket kereta api tanpa kursi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan Penelitian : Kuantitatif</li> <li>2. Jenis Penelitian : Asosiatif</li> <li>3. Teknik Pengumpulan Data : Kuisisioner (Angket)</li> <li>4. Metode Analisis Data : Regresi Linier Berganda</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi?</li> <li>2. Apakah kualits pelayanan berengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi?</li> <li>3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi?</li> <li>4. Apakah harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi?</li> </ol>

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
		4. Keputusan Pembelian <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemantapan membeli setelah menegetahui informasi produk</li> <li>• Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>• Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain</li> <li>• Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan</li> </ul>			

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama lengkap : Elmida

NIM : 211105020011

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi (Survei Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember),” merupakan hasil karya asli saya sendiri, kecuali kutipan yang sumbernya telah disebutkan. Segala kesalahan dalam karya ini menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian saya membuat pernyataan ini dengan sebenar-benarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 21 November 2024  
Yang Menyatakan



Elmida

Nim 211105020011

## KUESIONER PENELITIAN

### **“ Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember ”**

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Elmida mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Ahmad Siddiq Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021. Dalam rangka menyusun skripsi program sarjana (S1), diperlukan informasi untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan dengan judul “Pengaruh Harga dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi (Survei Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember).” Maka dari itu, saya mohon kesediaan Bapak/ibu dan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan.

Demikianlah saya ucapkan terima kasih kepada saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

#### **A. Tujuan Penelitian**

Menilai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi (Kereta Api Pandanwangi rute Banyuwangi – Jember)

#### **B. Petunjuk Pengisian**

Mohon jawab semua pertanyaan dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman Anda sebagai penumpang Kereta Api Pandanwangi tanpa kursi rute Banyuwangi – Jember. Berikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Jika terdapat pertanyaan yang tidak Anda pahami, silakan hubungi petugas survei.



### C. Instruksi

Bacalah setiap pernyataan dengan cermat dan beri tanda pada pilihan yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Pilihan jawaban menggunakan skala Likert sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Cukup Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

### D. Informasi Responden

Nama: \_\_\_\_\_

Usia: \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin: \_\_\_\_\_

Pekerjaan: \_\_\_\_\_

Pernah menggunakan tiket kereta api tanpa kursi: \_\_\_\_\_

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
	<b>Harga (Denty Wulandari)</b>					
1.	Harga tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi sangat terjangkau bagi saya.					
2.	Saya merasa harga tiket tanpa kursi yang saya bayar sesuai dengan kualitas yang saya terima.					
3.	Saya memilih kereta api Pandanwangi tanpa kursi karena harga tiketnya lebih murah dibandingkan transportasi lain.					

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
4.	Saya merasa manfaat yang saya dapatkan dari menggunakan kereta api Pandanwangi tanpa kursi sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan.					
<b>Kualitas Pelayanan</b>						
1.	Kebersihan di dalam kereta api Pandanwangi tanpa kursi selalu terjaga.					
2.	Saya merasa aman selama menggunakan kereta api Pandanwangi tanpa kursi.					
3.	Petugas kereta api Pandanwangi cepat dalam merespons kebutuhan dan permintaan penumpang.					
4.	Kereta api Pandanwangi berangkat dan tiba tepat waktu sesuai jadwal yang ditentukan.					
5.	Petugas kereta api Pandanwangi memperlakukan penumpang dengan ramah dan sopan.					
<b>Gaya Hidup</b>						
1.	Saya sering menggunakan tiket kereta api tanpa kursi dalam melakukan perjalanan					
2.	Saya tertarik menggunakan tiket kereta api tanpa kursi karena memenuhi keinginan dan kebutuhan saya					
3.	Menurut saya menggunakan tiket kereta api tanpa kursi adalah cara yang lebih hemat dibandingkan dengan membeli tiket kereta api eksekutif					
<b>Keputusan Pembelian</b>						
1.	Saya merasa mantap membeli tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi setelah mengetahui					

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
	informasi tentang harga tiket.					
2.	Saya sering membeli tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi karena sudah menjadi kebiasaan.					
3.	Saya membeli tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi karena mendapat rekomendasi dari teman atau keluarga.					
4.	Saya membeli tiket kereta api Pandanwangi tanpa kursi karena sesuai dengan kebutuhan perjalanan saya.					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

## HASIL TABULASI DATA KOISIONER



No	Harga (X1)				TOT AL	Kualitas Pelayanan (X2)					TOT AL	Gaya Hidup (X3)			TOT AL	Keputusan Pembelian ( Y )				TOT AL
	X1	X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X3	X3	X3	X3	Y	Y	Y	Y	Y
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3		1	2	3	4	
1	3	3	5	3	14	3	4	4	5	5	21	4	3	5	12	3	4	3	3	13
2	5	4	5	4	18	3	4	5	5	5	22	5	3	4	12	4	3	4	4	15
3	3	4	4	4	15	4	3	4	4	4	19	4	3	3	10	4	4	4	3	15
4	4	4	4	3	16	4	3	5	5	4	21	3	3	4	10	3	3	5	3	14
5	4	4	4	3	14	3	5	4	5	5	22	3	3	5	11	3	4	3	4	14
6	5	3	4	3	16	5	3	5	4	5	22	4	3	5	12	4	4	5	4	17
7	5	5	4	5	20	5	5	4	5	5	24	5	3	5	13	4	5	4	3	16
8	3	5	4	3	15	3	3	4	5	4	19	4	4	4	12	3	3	3	4	13
9	3	3	4	3	13	3	3	3	5	4	18	4	5	4	13	3	4	3	3	13
10	3	3	4	3	13	4	4	3	3	3	17	3	5	4	12	4	3	4	5	16
11	3	3	4	4	15	5	4	4	5	4	22	5	4	3	12	5	3	3	5	16
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	5	14	4	5	4	5	18
13	4	4	4	5	16	5	4	3	4	3	19	3	5	3	11	3	4	5	4	16
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	3	4	5	12	4	3	4	4	15
15	5	5	4	5	19	4	4	5	5	5	23	4	5	5	14	5	4	5	5	19
16	4	3	4	3	14	4	3	3	5	4	19	3	5	4	12	4	3	4	4	15
17	4	4	4	5	18	4	5	4	5	4	22	4	5	4	13	4	5	4	5	18

18	5	4	4	3	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	3	5	18
19	3	3	4	3	14	4	3	3	4	4	18	4	4	3	11	3	3	4	5	15
20	4	3	4	4	16	3	3	3	4	4	17	3	5	3	11	4	3	5	4	16
21	4	3	4	3	14	4	5	5	4	5	23	3	3	3	9	3	3	3	3	12
22	4	4	4	4	17	5	5	5	4	5	24	5	4	5	14	5	4	5	5	19
23	5	5	4	4	17	4	3	5	5	4	21	4	3	4	11	4	5	4	3	16
24	4	4	4	4	16	3	5	3	5	4	20	5	3	4	12	3	4	4	5	16
25	3	5	4	3	15	5	3	3	4	4	19	3	3	3	9	3	3	3	3	12
26	4	4	4	3	14	4	4	3	3	4	18	3	3	3	9	3	3	3	4	13
27	3	5	4	4	16	3	3	4	5	4	19	4	5	3	12	3	4	3	3	13
28	5	4	4	4	18	4	5	3	3	3	18	4	5	4	13	3	5	3	4	15
29	5	3	4	3	16	3	4	4	4	5	20	5	4	5	14	5	5	3	3	16
30	5	3	4	5	16	3	5	3	4	3	18	3	3	4	10	4	3	5	4	16
31	5	3	4	3	16	3	3	3	5	4	18	5	5	4	14	4	5	5	3	17
32	4	5	4	4	17	4	4	3	3	4	18	5	4	4	13	4	5	3	4	16
33	4	3	4	3	15	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	5	3	3	15
34	4	4	4	5	17	4	5	4	4	5	22	5	5	4	14	4	4	5	5	18
35	5	5	4	5	19	5	5	5	4	4	23	5	5	5	15	5	5	5	5	20
36	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	4	4	5	5	18
37	5	5	4	5	20	5	5	5	4	4	23	4	4	5	13	5	5	5	5	20
38	4	3	4	3	13	3	4	3	3	3	16	3	5	4	12	5	3	4	3	15
39	3	4	4	3	15	4	5	4	5	5	23	3	3	5	11	4	4	3	3	14
40	5	4	4	5	17	3	4	3	4	3	17	4	3	4	11	5	4	3	4	16
41	4	3	4	4	16	3	3	3	5	4	18	3	3	5	11	3	3	4	3	13

42	3	3	4	3	14	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15	4	4	4	3	15
43	5	3	4	4	16	4	3	5	4	4	20	3	5	3	11	3	5	5	4	17
44	5	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19	3	4	5	12	3	3	5	4	15
45	5	4	4	3	17	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	4	16
46	4	4	4	3	16	5	3	5	5	5	23	3	5	4	12	3	5	4	4	16
47	3	3	4	3	13	4	5	4	4	3	20	3	4	5	12	4	3	4	4	15
48	5	5	4	5	18	4	4	5	4	5	22	5	4	3	12	3	4	4	3	14
49	5	5	4	3	16	5	4	3	5	4	21	3	5	4	12	4	4	4	5	17
50	3	4	4	3	15	5	3	4	3	4	19	5	5	5	15	4	3	3	4	14
51	5	4	4	5	19	5	4	5	5	5	24	4	4	5	13	3	3	4	4	14
52	5	4	4	3	17	5	4	4	5	5	23	4	3	5	12	3	4	3	4	14
53	5	3	4	4	16	5	3	4	5	5	22	4	5	3	12	4	3	3	4	14
54	4	4	4	5	18	5	4	5	4	5	23	4	5	5	14	4	4	5	5	18
55	5	4	4	3	16	5	3	4	4	5	21	3	3	5	11	4	3	5	4	16
56	5	5	4	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	17	4	4	3	4	4	19	3	5	5	13	5	5	4	3	17
58	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19	3	3	4	10	3	3	3	3	12
59	5	3	4	3	14	3	3	3	3	3	15	5	5	4	14	3	4	3	4	14
60	3	4	4	4	14	3	4	5	5	4	21	5	5	3	13	5	3	3	5	16
61	4	3	4	3	14	4	3	4	4	4	19	5	5	3	13	3	4	4	3	14
62	3	3	4	4	13	5	3	3	3	3	17	3	3	4	10	3	3	3	3	12
63	4	3	4	3	14	4	3	3	4	4	18	3	4	3	10	3	2	3	3	11
64	5	5	4	3	17	4	4	4	4	3	19	3	3	4	10	3	4	5	4	16
65	3	3	4	4	15	3	3	5	4	3	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16

66	3	5	4	5	16	3	4	3	5	4	19	3	5	3	11	3	4	5	3	15
67	4	4	4	4	15	4	4	3	3	3	17	3	3	4	10	4	5	4	4	17
68	4	4	4	5	16	5	5	3	5	3	21	3	5	5	13	4	5	4	3	16
69	4	3	4	3	14	3	5	3	4	3	18	3	3	4	10	3	3	3	4	13
70	3	4	4	4	14	5	5	5	5	5	25	4	3	5	12	3	4	4	3	14
71	5	3	4	5	17	5	4	5	5	5	24	4	4	4	12	5	3	3	5	16
72	5	5	4	5	20	5	4	3	5	5	22	5	5	5	15	5	4	4	5	18
73	4	4	4	4	16	3	5	4	4	4	20	3	3	4	10	4	5	4	4	17
74	5	3	4	4	15	5	4	4	5	5	23	5	5	4	14	4	5	5	5	19
75	5	3	4	4	17	4	4	4	5	3	20	4	4	3	11	3	4	5	3	15
76	4	5	4	3	16	5	5	3	4	5	22	4	3	4	11	5	5	4	4	18
77	5	3	4	2	15	3	5	5	5	5	23	3	4	3	10	3	5	3	4	15
78	4	5	4	3	17	5	4	3	5	4	21	3	4	4	11	3	3	3	4	13
79	5	5	4	5	20	5	5	3	5	5	23	3	5	5	13	5	3	3	4	15
80	5	3	4	3	14	3	5	5	3	3	19	3	5	3	11	5	4	5	3	17
81	4	3	4	4	16	3	4	3	5	5	18	4	4	5	13	4	3	3	3	13
82	4	3	4	4	15	5	4	4	4	4	21	3	3	4	10	4	4	4	4	16
83	4	4	4	5	18	3	4	5	4	3	19	3	4	5	12	5	3	4	4	16
84	5	3	4	4	17	3	3	4	5	4	19	5	3	5	13	3	5	3	3	14
85	3	3	4	4	15	4	3	4	5	5	21	4	3	4	11	3	4	4	4	15
86	4	3	4	4	15	3	5	4	5	4	21	5	5	4	14	3	4	3	2	12
87	4	4	4	3	14	3	3	3	4	3	16	4	5	3	12	3	5	5	3	16
88	4	4	4	5	18	3	5	5	4	4	21	5	5	4	14	5	5	5	5	20
89	3	5	4	5	18	5	4	3	5	4	21	3	3	5	11	4	5	3	3	15

90	5	4	4	3	<b>17</b>	3	5	3	4	4	<b>19</b>	3	5	5	<b>13</b>	4	3	4	5	<b>16</b>
91	5	4	4	5	<b>19</b>	3	4	4	4	5	<b>20</b>	5	5	5	<b>15</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
92	5	3	4	3	<b>15</b>	4	5	4	3	4	<b>20</b>	3	5	4	<b>12</b>	3	4	4	3	<b>14</b>
93	5	4	4	5	<b>19</b>	3	3	3	4	4	<b>17</b>	3	3	4	<b>10</b>	3	5	3	3	<b>14</b>
94	5	4	4	4	<b>17</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	3	5	4	<b>12</b>	3	5	5	4	<b>17</b>
95	4	3	4	3	<b>14</b>	3	3	4	3	4	<b>17</b>	3	3	3	<b>9</b>	3	4	4	3	<b>14</b>
96	4	5	4	3	<b>16</b>	5	3	5	3	4	<b>20</b>	5	4	5	<b>14</b>	5	4	5	4	<b>18</b>
97	4	4	4	5	<b>18</b>	4	5	5	5	5	<b>24</b>	3	3	5	<b>11</b>	4	3	3	4	<b>14</b>
98	5	5	4	5	<b>18</b>	3	4	3	4	4	<b>18</b>	4	3	4	<b>11</b>	3	4	4	3	<b>14</b>
99	3	3	4	5	<b>14</b>	4	3	5	3	5	<b>20</b>	3	4	5	<b>12</b>	3	3	5	4	<b>15</b>
100	5	4	4	4	<b>17</b>	4	5	4	3	5	<b>21</b>	5	4	5	<b>14</b>	5	3	4	5	<b>12</b>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**



## Lampiran Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataran No. 01 Mangli Kalwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos 60136 Telp. (0331) 487500  
Fax (0331) 427005 e-mail febi@uinkhas.ac.id Website https://febi.uinkhas.ac.id/



Nomor : B-110/Un.22/7 a/PP.00.9/11/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

06 September 2024

Kepada Yth.  
Kepala PT. KAI Daop IX Jember  
Jl. Dahlia, Pagah, Jember, Kec. Patrang, Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Elmida  
NIM : 211105020011  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket kereta api tanpa kursi ( Survei Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember ) di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



*Lampiran Surat Keterangan Selesai Penelitian*

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IMAM SANTOSO  
Jabatan : Manager Angkutan Dan Fasilitas Penumpang  
Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Elmida  
NIM : 211105020011  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian mengenai pembelian tiket kereta api pandanwangi tanpa kursi, terhitung mulai tanggal 06 November 2024 sampai dengan 20 November 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi (Survei Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi-Jember)”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat digunakan seperlunya, terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 21 November 2024  
Manager Angkutan dan  
Fasilitas Penumpang



**IMAM SANTOSO**  
NIP. 41719

Lampiran Jurnal Kegiatan Penelitian

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN**

<b>No.</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Jenis Kegiatan</b>
<b>1.</b>	<b>14 Mei 2024</b>	<b>Menyusun Proposal Penelitian</b>
<b>2.</b>	<b>11 Oktober 2024</b>	<b>Penyebaran Kuesioner</b>
<b>3.</b>	<b>2- 3 November 2024</b>	<b>Tabulasi dan pengolahan data pada SPSS</b>
<b>5.</b>	<b>4 November 2024</b>	<b>Melakukan analisis data</b>
<b>6.</b>	<b>6 November 2024</b>	<b>Menyerahkan surat izin penelitian</b>
<b>7.</b>	<b>20 November 2024</b>	<b>Permohonan surat keterangan selesai penelitian</b>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran Dokumentasi Penelitian



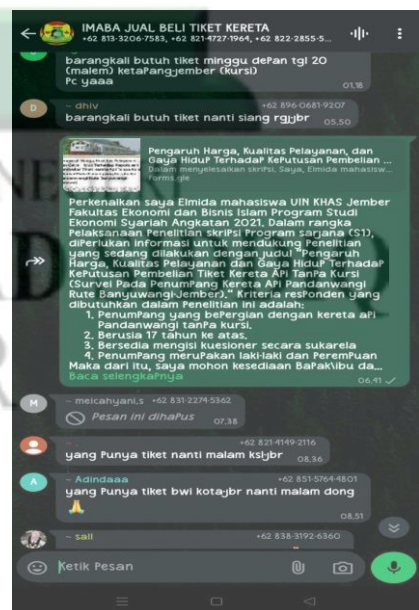
Pengisian kuisisioner oleh responden



Pengisian kuisisioner oleh responden



Pengisian kuisisioner oleh responden



Penyebaran kuisisioner secara online

*Lampiran Output SPSS*

**1. Uji Validitas  
Harga (X1)**



	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.482**	.228*	.435**	.718**
Sig. (2-tailed)		.000	.023	.000	.000
N	100	100	100	100	100
X1.2 Pearson Correlation	.482**	1	.241*	.590**	.757**
Sig. (2-tailed)	.000		.016	.000	.000
N	100	100	100	100	100
X1.3 Pearson Correlation	.228*	.241*	1	.391**	.662**
Sig. (2-tailed)	.023	.016		.000	.000
N	100	100	100	100	100
X1.4 Pearson Correlation	.435**	.590**	.391**	1	.815**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100
X1 Pearson Correlation	.718**	.757**	.662**	.815**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.520**	.334**	.184	.330**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.067	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.520**	1	.502**	.135	.375**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.179	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.334**	.502**	1	.499**	.627**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.184	.135	.499**	1	.650**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.067	.179	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.330**	.375**	.627**	.650**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.684**	.728**	.800**	.641**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.520**	.334**	.184	.330**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.067	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.520**	1	.502**	.135	.375**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.179	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.334**	.502**	1	.499**	.627**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.184	.135	.499**	1	.650**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.067	.179	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.330**	.375**	.627**	.650**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.684**	.728**	.800**	.641**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gaya Hidup (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.651**	.415**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.651**	1	.506**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.415**	.506**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.831**	.871**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.455**	.437**	.627**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.455**	1	.714**	.615**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.437**	.714**	1	.570**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.627**	.615**	.570**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.743**	.852**	.839**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keputusan Pembelian (Y)

## 2. Uji Reabilitas

Harga (X1)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

Kualitas Pelayanan (X2)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	5

Gaya Hidup (X3)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	4

Keputusan Pembelian (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	4

### 3. Uji Normalitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.421	1.468			
	X1	.169	.098	.138	.631	1.585
	X2	.015	.091	.013	.643	1.555
	X3	.920	.092	.710	.811	1.233



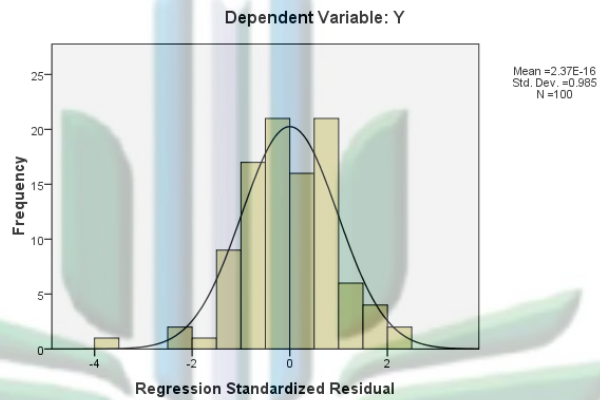
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

#### 4. Uji Multikolonieritas

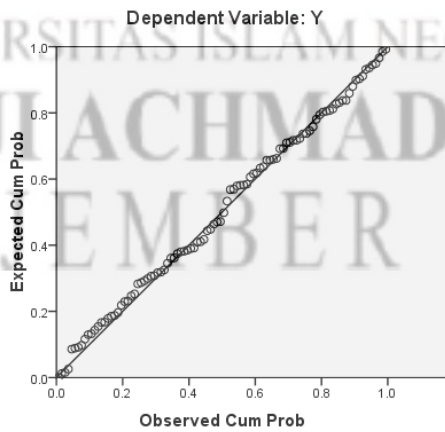
##### Coefficients<sup>a</sup>

a. Dependent Variable: Y

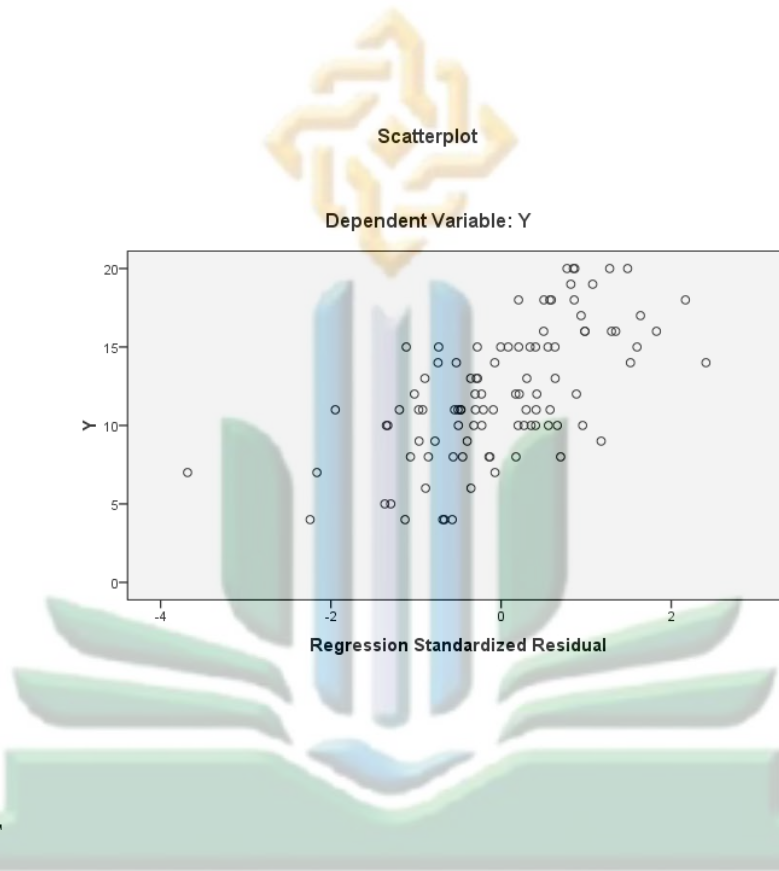
Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## 5. Uji Heteroskedastisitas



## 6. Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.786	1.884		1.478	.143
X1	.325	.108	.283	3.016	.003
X2	.081	.081	.093	1.001	.319
X3	.480	.118	.370	4.080	.000

a. Dependent Variable: Y

## 7. Uji Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.598	2.624

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

## 8. Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1033.771	3	344.590	50.029	.000 <sup>a</sup>
	Residual	661.229	96	6.888		
	Total	1695.000	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

## 9. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.786	1.884		1.478	.143
X1	.325	.108	.283	3.016	.003
X2	.081	.081	.093	1.001	.319
X3	.480	.118	.370	4.080	.000

a. Dependent Variable: Y



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Lampiran Surat Keterangan Hasil Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http://uinkhas.ac.id



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Elmida  
NIM : 211105020011  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Tanpa Kursi (Survei Pada Penumpang Kereta Api Pandanwangi Rute Banyuwangi -Jember)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 November 2024

Operator Aplikasi DrillBit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
Luluk Musfiroh





*Lampiran Surat Keterangan Selesai Bimbingan*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Elmida  
NIM : 201105020011  
Semester : Tujuh (VII)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember,  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

**Dr. Sofiah, M.E.**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
JEMBER



*Lampiran Biodata Penulis*

**BIODATA PENULIS**



**Data Diri :**

Nama : Elmida  
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 13 Desember 2002  
NIM : 211105020011  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Dsn. Sumberberingin RT. 06 / RW. 12, Desa.  
Kalibaru Manis, Kec. Kalibaru, Kab. Banyuwangi  
No. Telp : 085755235485  
Email : [elmida750@gmail.com](mailto:elmida750@gmail.com)  
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 4 Kalibaru Manis  
2. SMP 2 Kalibaru  
3. MA Annur Kalibaru  
4. Universitas Islam Negeri Kiai Ahcmad Siddiq  
Jember