

---

**PENGARUH TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS CV RAMBE JAYA TRAVEL  
RANTAUPRAPAT)**

---

Lumayanti Ritonga<sup>1</sup>, Muhammad Hilman Fikri<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

<sup>2</sup> Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

[lumayantiritonga@gmail.com](mailto:lumayantiritonga@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima: 24 Sept 2021 Direvisi: 30 September 2021 Disetujui: 21 Oktober 2021</p> <p>Kata Kunci: Tarif, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas konsumen (Studi Kasus Cv. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat). jumlah populasi sebanyak 926 responden yang dihitung dengan rumus slovin maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 124 responden. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda diperoleh <math>Y = 2.757 + 0,073X_1 + 0,399X_2</math> Hasil Uji Parsial (Uji t) menunjukkan bahwa Tarif (<math>X_1</math>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen. dapat dilihat dari thitung <math>1,517 &lt; t_{tabel} 1,657</math> dengan signifikan <math>0,132 &gt; 0,05</math>. Sementara variabel Kualitas Pelayanan (<math>X_2</math>) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dapat dilihat dari nilai thitung <math>12,889 &gt; t_{tabel} 1,667</math> dengan signifikan <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Sementara hasil Uji Simultan (Uji F) dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas konsumen, dapat dilihat dari nilai f hitung <math>(92,090) &gt; f_{tabel} (2,68)</math> dengan nilai signifikan sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen. Dengan nilai R square sebesar 0,597. Hal ini berarti pengaruh variabel <math>X_1</math> dengan variabel <math>X_2</math> terhadap variabel Y sebesar 59,7%, sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p>

## PENDAHULUAN

Bisnis travel dalam era sekarang memiliki banyak sekali persaingan yang ketat yang harus menjadikan CV. Rambe Jaya Travel harus dapat menjaga kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh tarif dan kualitas pelayanan demi keberlanjutannya.

Faktanya dengan kualitas yang sangat baik akan menciptakan hubungan yang baik pula dengan konsumen, selain itu perusahaan juga harus dapat menetapkan tarif yang sesuai dengan pelayanan agar konsumen bisa merasa puas dan merasa sesuai atas apa yang telah mereka bayar. Maka dari itu dengan memberikan pelayanan yang baik dan tarif yang terjangkau akan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan akan membuat konsumen loyal serta dapat membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Berdasarkan perbandingan data pra survey sementara yang dilakukan penulis pada CV. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat dan CV. Pelangi Rantau Prapat terdapat beberapa perbedaan pada tabel prasurvey dan dapat dilihat pada tabel tarif untuk CV. Rambe Jaya Travel sebanyak 75% dan CV. Pelangi Rantau Parapat sebanyak 60%, konsumen berpendapat bahwa tarif yang mereka bayar di CV. Rambe Jaya Travel tidak sebanding dengan kenyamanan yang mereka dapatkan dan jika dilihat pada tabel kehandalan karyawan dari CV. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat dalam menanggapi keluhan yang diajukan oleh konsumen sebanyak 80% dan CV. Pelangi Rantau Parapat sebanyak 70%, konsumen kurang puas dengan pelayanan yang mereka dapatkan di CV. Rambe Jaya Travel. Sehingga nilai dan manfaat yang konsumen rasakan setelah memakai jasa tersebut tidak sejalan dan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Dari jumlah dan macam-macam komplain konsumen seperti tarif yang ditawarkan, tidak tepat waktu, keterlambatan jadwal keberangkatan dan respon terhadap masalah-masalah yang ada dilapangan. Yang pernah menggunakan jasa CV. Rambe Jaya Travel menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan perusahaan untuk terus dapat menarik minat konsumen. Sekaligus mempertahankan kepercayaan konsumen agar tetap menggunakan jasa perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati di CV. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Tari fDanKualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus CV. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat)”.

Menurut Kotler dan Gary Amstrong (2018:345) Tarif dapat diartikan sama dengan harga, tetapi tarif lebih terkait pada besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh jasa pelayanan. Tarif atau harga adalah salah satu faktor penting untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu jasa.

Indikator Tarif

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:52) indikator tarif yaitu :

1. Kesesuaian tatif
2. Daftar tariff
3. Potongan tarif khusus ( discount)
4. Tarif yangdipersepsikan

Kualitas Pelayanan adalah Suatu kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujudan tidak mengakibatkan kepemilikan. Menurut Tjiptono (2014:268) Kualitas layanan bertujuan dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan serta ketepatan pengiriman mereka untuk menyeimbangkan keinginan konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) indikator kualitas pelayanan ada lima yaitu:

1. Reliabilitas yaitu kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
2. Responsivitas yaitu kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.

3. Jaminan yaitu kemampuan dan keramahan serta sopan santun perusahaan dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
4. Empati yaitu sikap tegas tetapi penuh perhatian dari karyawan terhadap konsumen.
5. Bukti Fisik yaitu kualitas pelayanan berupa sarana fisik perusahaan.

Menurut Hasanah (2017) Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap menggunakan jasa perusahaan tertentu yang diekspresikan melalui perhatian maupun sikap untuk mengulang penggunaan jasa secara berkala. Seorang konsumen dapat dikatakan setia atau loyal apabila konsumen tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi yang mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Menurut Nurullaili & Wijayanto, (2013:65), dalam jurnal Salman Farisi ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu diantaranya promosi dan harga.

1. Promosi
2. Harga

### **Indikator Loyalitas Konsumen**

Menurut Hurriyati (2018), beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen adalah:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur bagaimana konsumen melakukan pembelian produk secara berulang-ulang.
2. Merekomendasikan produk atau jasa konsumen akan menawarkan atau menceritakan pada orang lain bahwa produk atau jasa dari perusahaan sangat baik untuk digunakan.
3. Menunjukkan kekebalan daya tarik produk/jasa sejenis dari pesaing dimana konsumen tidak terpengaruh kepada produk lain ketika perusahaan lain menawarkan produknya kepada konsumen

## **METODE**

### **Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, dimana peneliti dilakukan untuk menganalisis satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lainnya sehingga jarang ditemukan rumusan hipotesis. Dan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk mengajukan data dalam bentuk angka. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan saja.

### **Populasi Dan Sampel Penelitian**

penelitian ini yang menjadi populasi adalah penumpang CV. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat dalam dua tahun dari tahun 2019 sampai 2020 adalah 926 konsumen..sampel yang diambil penelitian ini adalah slovin, maka sampel dalam penelitian ini adalah 124 Konsumen.

### Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor CV. Rambe Jaya Travel Rantau Prapat. Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan, yang dimulai dari bulan November 2020 sampai dengan Maret 2021.

### Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (interview)
2. Kuesioner (Angket)
3. Observasi (Pengamatan)

### Analisis Regresi Berganda

Adapun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya di bawah kurva normal atau tidak.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali dalam Syaiful Bahri (2017:168), “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen”.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Penelitian

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.**

No	Jenis Kelamin	Sampel	Persentase (%)
1.	Perempuan	75	60,49
2.	Laki-laki	49	39,52
Jumlah		124	100

Sumber : Data Pengolahan Kuesioner 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 49 orang (39,52%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 75 orang (60,49%). Hal ini menunjukkan mayoritas yang menjadi responden jenis kelamin perempuan(60,49).

## Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2

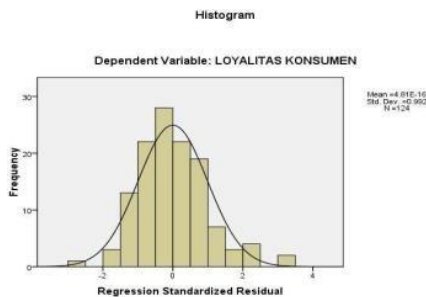
### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Sampel	Persentase (%)
1.	<25 Tahun	44	35,49
2.	> 25 Tahun	80	64,52
Jumlah		125	100

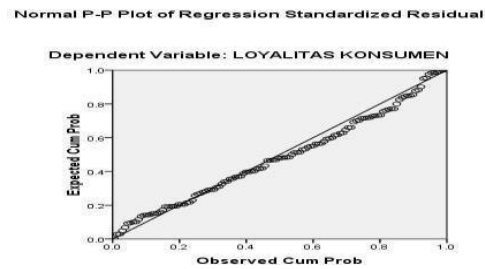
Sumber : Data Pengelolahan Kuesioner 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 44 orang (35,49%), Usia >25 tahun sebanyak 80 orang (64,52%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berdasarkan usia >25 tahun 80 orang (64,52%).

## Hasil Uji Normalitas



Gambar 1 Histogram



Gambar 2 Normal P-Plot

Tabel 3

### One-Sample Kolmogorov Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60989433
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.837
Asymp. Sig. (2-tailed)		.485

a. Test distribution is Normal.

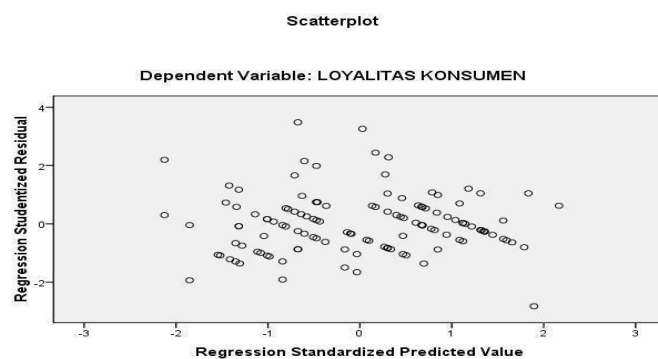
b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20 (2020)

### Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.757	1.737		-1.588	.115		
TARIF	.073	.048	.089	1.517	.132	.965	1.036
KUALITAS PELAYANAN	.399	.031	.754	12.889	.000	.965	1.036

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



1. Diperoleh nilai t hitung Tarif adalah  $1,517 < 1,657$  dengan taraf signifikan  $0,132 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak dan Tarif tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (STUDI KASUS CV.RAMBE JAYA TRAVEL RANTAUPRAPAT).
2. Diperoleh nilai t hitung Kualitas Pelayanan adalah  $12,889 > 1,657$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (STUDI KASUS CV. RAMBE JAYA TRAVEL RANTAU PRAPAT)

### Hasil Uji F (Simultan)

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F(Simultan) ANOVA"**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	481.735	2	240.867	92.090	.000 <sup>a</sup>
Residual	316.483	121	2.616		
Total	798.218	123			

- a. Dependent Variable: LOYALITASKONSUMEN
  - b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, TARIF
- Sumber :Hasil Perhitungan SPSS 22 (2021)

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 <sup>a</sup>	.604	.597	1.617	2.065

a.Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, TARIF

b.Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20 (2020) Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa :

1. Nilai R yaitu sebesar 0,777 (77,7%), dimana nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen adalah kuat, semakin besar R berarti hubungannya semakin sangat kuat.
2. R Square menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,597, artinya persentase Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 59,7%, sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## **SIMPULAN**

### **Simpulan**

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara uji t (parsial) pengaruh Tarif (X<sub>1</sub>) Thitung < Ttabel yaitu 1,517 < 1,657 dan Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) T hitung > T tabel yaitu 12,889 > 1,675 yang berarti secara parsial Tarif dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen (STUDI KASUS CV.RAMBE JAYA TRAVEL RANTAU PRAPAT).
2. Berdasarkan hasil uji F (simultan) diketahui bahwa nilai didapatkan nilai 92,090 Fhitung > Ftabel 2,68 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga semua variabel bebas Tarif dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen.
3. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas konsumen adalah sebesar 0,597 atau 59,7%,sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### **Keterbatasan**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan lagi bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu tentu diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahri, Syaiful. (2017). *Metodelogi Penelitian-lengkap Dengan Teknik Pengelolaan Data SPSS*, Ed. 1. Yogyakarta : Andi.
- Farisi, Salman dan Qahfi Romula Siregar, (2020).“Pengaruh Tarif dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna JasaTransportasi Online di Kota Medan”. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol. 3.No.1. Hal.148-159.
- Fermansah, Budi, dkk, (2015). “Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Transportasi Po. Sumber Alam”. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Gautama, G., & Yanto, W. A. (2019). *Analisa Tarif Angkutan Sekolah (Abudemen) Berdasarkan Biaya Operasional Kendaraan, Ability To Pay Dan Willingness To Pay*. *Tapak (Teknologi Aplikasi Konstruksi): Jurnal Program Studi Teknik Sipil*, 8(1), 91-105.
- Griffin, Ricky W. (2018). *Customer Loyalti: Menumbuhkan danMempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasanah, R., & Suryoko, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa DHL Global Forwarding (Studi pada pengguna jasa DHL Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 88-97.
- Hurriyati, Ratih (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Parasuraman. A. (2013). *Delivering Quality Service, Balancing Customer Reception and Expectation*. New York: The Free Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan, Cetakan Ke Duabelas*, Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.