

**PENGARUH HARGA TIKET KERETA API DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP PERMINTAAN JASA
KERETA API
(Survey Pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)**

SKRIPSI

OLEH:

IKA SRI WAHYUNI

NIM 05.01.16.31.81

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021 M/1442 H**

**PENGARUH HARGA TIKET KERETA API DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP PERMINTAAN JASA
KERETA API
(Survey Pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat
Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

OLEH:

IKA SRI WAHYUNI

NIM 05.01.16.31.81

Program Studi

EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021 M/1442 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA TIKET KERETA API DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP PERMINTAAN JASA KERETA API**

(Survey Pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)

OLEH:

IKA SRI WAHYUNI

NIM 05.01.16.31.81

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 06 April 2021

Menyetujui

Pembimbing 1



Dr. Kamilah, SE. Ak. M.Si. CA

NIDN. 2023107901

Pembimbing 2

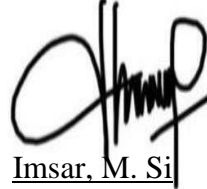


Annio Indah Lestari Nasution, M. Si

NIDN. 2009037401

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M. Si

NIDN 2003038701

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH HARGA TIKET KERETA API DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERMINTAAN JASA KERETA API (Survey Pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)**” an. Ika Sri Wahyuni, NIM 0501163181 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 30 April 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 30 April 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU
Sekretaris

Ketua



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701



Rahmad Daim Harahap, S.El., M.Ak
NIDN. 01260990001

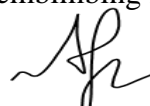
Anggota

Pembimbing 1



Dr. Kamilah, SE., Ak., M.Si., CA
NIDN. 2023107901

Pembimbing 2



Annio Indah Lestari Nasution, M.Si
NIDN. 2009037401

Penguji 1



Dr. Sugianto, MA
NIDN. 2007066701

Penguji 2



Renni Ria Armayani Hasibuan, MEI
NIP. 198809072019032011

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UINSU-MEDAN

Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Ika Sri Wahyuni (2021), *Pengaruh Harga Tiket Kereta Api dan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Kereta Api (Survey Pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)*. Di bawah bimbingan Ibu Dr. Kamilah, SE. Ak, MSi, CA sebagai pembimbing skripsi I dan Ibu Annio Indah Lestari Nasutio, MSi selaku pembimbing skripsi II.

Transportasi merupakan hal terpenting dalam melakukan pergerakan dan perpindahan dalam kehidupan. Kereta api memang menjadi satu-satunya perusahaan transportasi darat yang menggunakan lintasan rel di Indonesia, tetapi memiliki kompetitor lain di bidang transportasi darat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenaikan harga tiket kereta api terhadap permintaan jasa kereta api, kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa kereta api, dan pengaruh pendapatan responden terhadap permintaan jasa kereta api. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket/kuisisioner kepada seluruh pengguna jasa transportasi atau penumpang Kereta Api Sri Bilah Trex Medan – Rantau Prapat pp di Stasiun Kereta Api Medan, Jl. Stasiun Kereta Api No. 1, Medan. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil sebanyak 80 orang penumpang pada Kereta Api Sri Bilah. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu teknik slovin. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner, Studi Kepustakaan, dan Observasi. Hasil penelitian yang diolah menggunakan SPSS 22 menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,463 artinya 46%. Variabel Permintaan Jasa Angkut dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan sedangkan sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel lain. Hasil uji simultan (Uji-F) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan secara simultan berpengaruh secara serempak terhadap Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah. Hasil uji parsial (Uji-T) yang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut adalah Harga Tiket Kereta Api (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan Pendapatan (X3) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Permintaan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah Swt., yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Tiket Kereta Api dan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Kereta Api (Survey Pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)”** dengan baik dan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. **Alm. Bapak Suroso dan Ibu Marsiaten.** Ayahanda dan Ibunda tercinta yang tidak pernah lelah mendoakan, memberikan semangat, motivasi, dan selalu melakukan yang terbaik untuk kesuksesan Puterinya.
2. **Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A,** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
3. **Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
4. **Bapak Imsar, M.Si,** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
5. **Bapak Rahmat Daim Harahap, M.Ak,** selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

6. **Ibu Dr. Sri Sudiarti, M.A**, selaku dosen Pembimbing Akademik, yang berkontribusi banyak dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada Penulis selama perkuliahan.
7. **Ibu Dr. Kamilah, SE. Ak, MSi, CA**, dan **Ibu Annio Indah Lestari Nasution, M.Si**, selaku dosen Pembimbing Skripsi I dan II, yang dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyusun skripsi.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
9. Para Penumpang Jasa Kereta Api Sri Bilah, yang telah berkontribusi dalam pengisian angket memberikan jawaban diselebaran angket yang telah Penulis berikan.
10. Teristimewa kepada yang tersayang adik-adik saya, **Nur Syahfitri, Endang Hartati** dan **Feri Kurniawan**, serta semua keluarga yang telah memberikan motivasi, doa, serta kasih sayang selama ini.
11. Yang tersayang Penulis ucapkan kepada sahabat-sahabat seperjuangan **Adek Safitri, SE, Fatimah Sari Harahap, SE, Sry Wahyuni Pohan, SE, Putri Nanda Antoni, SE, Dini Fajira, SE, Ananda Nurul Huda, SE, Nurhalimah Putri Siregar, Dini Safarina, Noor Muzdalifah, Ayu Nurkhairi**, serta teman-teman **Ekonomi Islam stambuk 2016** terkhusus **Ekonomi Islam A**, yang telah sama-sama berjuang dan banyak memberikan semangat yang luar biasa.
12. Yang tersayang Penulis ucapkan kepada sahabat Kost Bidadari Syurga, **Pauziah Sitompul, S.Sos, Aida Pitri Pohan, S.Sos, Rosmiati Ritonga, S.Pd, dan Ainun Fitria Rahma, S.Pd**, yang sudah seperti keluarga

sendiri selalu banyak memberikan motivasi dan semangat untuk Penulis, serta selalu sedia membantu Penulis.

13. Sahabat terbaik, **Puput Nirwana Panjaitan, Am.Keb**, yang selalu siap sedia mendengarkan curhatan Penulis dan tiada hentinya memberikan semangat kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi.

14. Semua pihak yang tidak bisa Penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah swt. membalas dan melimpahkan rahmat serta karunia-Nya atas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 13 April 2021

IKA SRI WAHYUNI

NIM. 0501163181

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan	i
Lembar Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	13
A. Teori Permintaan.....	13
B. Teori Permintaan Dalam Perspektif Islam	21
1. Faktor-faktor Permintaan dalam Perspektif Islam	23
2. Larangan pada Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam	24
C. Teori Harga	25
D. Teori Harga Dalam Perspektif Islam	27
E. Kualitas Pelayanan	36
1. Sikap Pelayanan	37
2. Dimensi Pelayanan	39
3. Fungsi dan Tujuan Kualitas Pelayanan.....	41
F. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	43

G. Penelitian Sebelumnya	45
H. Kerangka Teoritis	54
I. Hipotesa	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
A. Pendekatan Penelitian	56
B. Lokasi Penelitian	57
C. Jenis dan Sumber Data.....	57
D. Populasi dan Sampel	58
E. Defenisi Operasional	60
F. Tekhnik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	62
G. Analisis Data.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
A. Gambaran Umum Tentang PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	70
B. Deskripsi Penelitian	83
1. Karakteristik Responden.....	84
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	86
C. Analisis Data.....	92
1. Uji Validitas.....	92
2. Uji Reliabilitas	93
D. Uji Asumsi Klasik	94
1. Uji Normalitas	94
2. Uji Heterokedastisitas	98
3. Uji Multikolinearitas	99
E. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100
F. Uji Hipotesis	102
1. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	102
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji-f)	103
3. Koefisien Determinasi R ²	105
G. Interpretasi Hasil Penelitian.....	105
1. Pengaruh Harga Tiket Kereta Api Terhadap Permintaan	

Jasa Angkut Pada Kereta Api Sri Bilah	105
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan	
Jasa Angkut Pada Kereta Api Sri Bilah	106
3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Jasa	
Angkut Pada Kereta Api Sri Bilah	107
BAB V PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Harga Tiket Kereta Api Sri Bilah rute Medan – Rantau	
Prapat PP	8
Tabel 1.2 Data Jumlah Penumpang Kereta Api Sribilah PT. KAI	
Divisi Regional I Medan	8
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	45
Tabel 4.1.1 Ringkasan Sejarah Perkeretaapian Indonesia	72
Tabel 4.2.1 Skala Pengukuran Likert	84
Tabel 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
Tabel 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
Tabel 4.2.5 Skor Angket untuk Variabel Permintaan Jasa Angkut	
Kereta Api Sri Bilah (Y)	87
Tabel 4.2.6 Skor Angket untuk Variabel Harga Tiket	
Kereta Api (X ₁).....	88
Tabel 4.2.7 Skor Angket untuk Variabel Kualitas Pelayanan.....	89
Tabel 4.2.8 Skor Angket untuk Variabel Pendapatan (X ₃)	91
Tabel 4.3.1 Uji Validitas Variabel	92

Tabel 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel 4.3.3 Hasil Uji Normalitas Pendekatan <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	97
Tabel 4.3.4 Uji Multikolinearitas	99
Tabel 4.3.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Tabel 4.3.6 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji-t).....	102
Tabel 4.3.7 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji-F)	104
Tabel 4.3.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.1 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	75
Gambar 4.1.2 Lokasi Stasiun Besar Medan pada Peta	81
Gambar 4.1.3 Stasiun Medan terlihat dari Jembatan Titi Gantung	81
Gambar 4.1.4 Peron Stasiun Medan terlihat dari jembatan penyebrangan menuju Stasiun KA Bandara.....	82
Gambar 4.1.5 Peron jalur layang Stasiun Medan.....	82
Gambar 4.3.1 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Histogram	95
Gambar 4.3.2 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Grafik.....	96
Gambar 4.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik <i>Scatterplot</i>	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan di era yang semakin modern ini, mengakibatkan tingkat urbanisasi di beberapa kota besar semakin tinggi. Tingginya laju urbanisasi di beberapa kota besar berimplikasi pada peningkatan kebutuhan dalam melakukan mobilitas atau pergerakan. Mobilitas atau pergerakan merupakan hasil dari kebutuhan manusia untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain untuk berbagai aktivitasnya. Sehingga kebutuhan masyarakat akan moda transportasi pun semakin hari semakin tinggi.

Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain atau dari tempat asal ke tempat tujuan.¹ Transportasi merupakan hal terpenting dalam melakukan pergerakan dan perpindahan dalam kehidupan. Kegiatan manusia sehari-hari yang berbeda-beda, yang disebabkan karena perbedaan maksud dan tujuan, moda transportasi yang digunakan, serta waktu dilakukannya pergerakan, sehingga menghasilkan profil pergerakan yang berbeda-beda bagi setiap individunya dan berpotensi sebagai penyebab timbulnya berbagai permasalahan kota, diantaranya adalah permasalahan mengenai jasa transportasi. Padahal, transportasi merupakan salah satu aspek pembangunan suatu Negara, baik itu Negara maju maupun Negara yang sedang berkembang. Sehingga kehadiran jasa transportasi tidak boleh diabaikan pengaruhnya dalam pembangunan, terutama dalam bidang ekonomi, karena pembangunan ekonomi

¹ H. Abbas Salim, *Menegement Transportasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2000), h. 30

mebutuhkan jasa angkut yang cukup serta memadai. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang, tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu Negara. Transportasi sangat penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan bangsa dan Negara.

Undang-undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian, menerangkan bahwa, “Transportasi memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pengembangan wilayah dan pemersatu wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dalam rangka mewujudkan wawasan nusantara, serta memperkuat ketahanan nasional dalam usaha mencapai tujuan nasional berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”.²

Permintaan akan jasa transportasi baru akan timbul apabila ada alasan untuk melakukan suatu perjalanan, misalnya keinginan untuk kesekolah, keinginan untuk berbelanja, keinginan untuk menjenguk keluarga yang sakit, keinginan untuk berekreasi, dan keinginan lainnya yang berhubungan dengan perpindahan. Hal ini yang menyebabkan permintaan jasa transportasi dikatakan tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan lain. Selain itu, permintaan dan pemilihan pemakaian jasa transportasi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti sifat-sifat dari muatan (*physical characteristics*), determinan harga jasa angkutan itu sendiri, harga jasa angkutan lain, tingkat pendapatan (*users*), karakteristik dan lain-lain. Hal-hal tersebut lah yang menyebabkan timbulnya berbagai moda transportasi, seperti Kereta Api, Pesawat, Travel, dan lain-lain.

² Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian

Transportasi harusnya di tata dalam 1 sistem transportasi nasional secara terpadu, serta mampu mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang serasi dengan tingkat kebutuhan pelayanan yang aman, nyaman, cepat, tepat, teratur dan tentunya dengan biaya yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Untuk itu, perlu dikembangkan dengan memperhitungkan karakteristik dan keunggulan moda yang bersangkutan dalam kaitannya dengan jenis dan volume yang diangkut serta jarak tempuh yang harus dilayani. Salah satu jenis moda transportasi yang dapat memenuhi persyaratan atau kriteria-kriteria itu adalah Kereta Api.

Saat ini, moda transportasi Kereta Api hanya dilayani oleh PT. (Persero) Kereta Api Indonesia, sebuah perusahaan BUMN, yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan jumlah permintaan. PT. Kereta Api sebagai satu-satunya penyedia layanan kereta api di Indonesia diharapkan bisa terus meningkatkan pelayanannya untuk memenuhi kepuasan para penggunanya. Pada periode 2011 – 2012 pelayanan dan fasilitas yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia belum optimal. Penumpang belum mendapatkan pelayanan yang maksimal, misalnya masih berlakunya sistem tanpa nomor tempat duduk dan tiket yang dijual melebihi kapasitas gerbong sehingga membahayakan keselamatan dan kenyamanan penumpang. Pedagang asongan juga banyak dijumpai disepanjang perjalanan kereta api, sehingga kenyamanan masih sangat terbatas.

Namun, dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, PT. Kereta Api telah berupaya secara maksimal untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang juga telah ditingkatkan, seperti peraturan baru yang mengharuskan setiap penumpang duduk pada nomor kursi seperti yang tertera pada tiket masing-masing penumpang dan ditiadakannya pembelian tiket berdiri. Peningkatan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia ini mendapat antusias yang baik dari

masyarakat. Hal tersebut terbukti dari semakin bertambahnya pengguna jasa kereta api yang ada di Indonesia. PT. Kereta Api juga menerapkan peraturan baru yaitu pedagang asongan dilarang berjualan di dalam kereta api. Peraturan ini sempat menimbulkan terjadinya konflik antara pedagang asongan dengan pihak PT. Kereta Api Indonesia khususnya Polisi Khusus Kereta Api (Polsuska). Namun, hal tersebut tidak membuat PT. Kereta Api merubah peraturan, sebaliknya PT. Kereta Api Indonesia semakin giat dalam melakukan pemantauan dan peringatan kepada pedagang asongan yang melanggar peraturan. Pelayanan secara prima ini dilakukan PT. Kereta Api Indonesia agar para konsumen pengguna jasa kereta api merasa puas dan tidak menyesal telah menggunakan jasa kereta api.

PT. Kereta Api Indonesia Divisi Regional (Divre) I Sumatera Utara dan Aceh merupakan kantor kereta api yang mengatur untuk wilayah Sumatera Utara dan Sekitarnya. Untuk Stasiun Medan (MDN), layanan kereta yang tersedia seperti Sri Bilah, Tanjung Balai Express, Dolok Martimbang, Putri Deli, Siantar Express, Sri Lelawangsa, dan ARS Bandara Kualanamu.

Kereta Api Sri Bilah atau disebut juga Sri Bilah merupakan kereta api penumpang Kelas Eksekutif, Kelas Campuran Eksekutif dan Bisnis AC, dan Kelas Ekonomi Premium yang dioperasikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dibawah naungan Divisi Regional I Medan yang melayani rute Medan – Rantau Prapat dan Sebaliknya. Sri Bilah merupakan kereta dengan tujuan perjalanan terjauh yang dimiliki PT. KAI Divre I. Oleh sebab itu, kereta ini merupakan satu-satunya pilihan untuk masyarakat yang ingin bepergian jauh menggunakan kereta api.

Kereta api memang menjadi satu-satunya perusahaan transportasi darat yang menggunakan lintasan rel di Indonesia, tetapi memiliki kompetitor lain di bidang

transportasi darat. Banyaknya pesaing yang bermain di bidang transportasi darat membuat kereta api harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa mendapat perhatian dari konsumen.

Dalam survei yang peneliti lakukan terdapat masalah di PT. KAI, peneliti menemukan adanya tanggapan pelanggan yang menggunakan transportasi Kereta Api sribilah, terdapat keluhan pelanggan yaitu keterlambatan kedatangan dan harga tiket yang terlalu mahal. Selanjutnya pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api belum sesuai dengan yang diharapkan seperti OTC (On Train Cleaning) atau kru yang kurang menanggapi keluhan pelanggan contohnya, pada saat AC bocor dan saat air toilet habis, CS tidak tanggap untuk segera mengisi. Selain itu, harga tiket juga terbilang mahal dari transportasi darat lainnya.

Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (*value*) lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing serta kualitas yang baik pula. Jadi, untuk memuaskan pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah nilai (*value*) pada setiap pelayanan yang di berikan.

Jumlah penumpang yang fluktuatif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia masih belum maksimal, selain itu dari hasil penelitian dan wawancara singkat yang peneliti lakukan kepada penumpang kereta api Sri Bilah yang peneliti temui saat sama-sama menggunakan jasa transportasi kereta api, masih ada beberapa keluhan yang dialami penumpang, salah satunya berasal dari faktor harga yang semakin meningkat.

Harga merupakan unsur yang sangat sensitif bagi konsumen. Penetapan harga menjadi hal yang sangat penting untuk bisa memperoleh pelanggan. Kesalahan dalam penetapan harga bisa berakibat fatal bagi perusahaan, walaupun memang dengan harga yang tinggi perusahaan bisa meraih keuntungan yang lebih besar, akan tetapi bagi pelanggan harga yang terlalu mahal malah bisa menjadi sebuah ketakutan. Masyarakat pada umumnya lebih menyukai produk dengan harga rendah. Sementara perusahaan penyedia jasa transportasi juga harus menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang akan diterima oleh pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa keberatan dengan uang yang telah dikeluarkan untuk membeli produk atau jasanya.

Dalam Islam sendiri bisnis merupakan serangkaian aktifitas yang berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam hal cara perolehan dan pemberdayaan hartanya (ada aturan halal dan haram dalam memperolehnya). Pelaksanaan bisnisnya harus tetap berpegang pada ketentuan syari'at. Hal ini sesuai dengan kaidah fiqhiyah yang berbunyi:

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدل دليلاً على تحريمها

“Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.³

Seperti terdapat dalam firman Allah SWT., An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ قَلِيلًا وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adaah Maha Penyaang kepadamu”.⁴

Berdasarkan konsep diatas, dapat dipahami bahwa Allah berfirman, “Kecuali dengan perdagangan yang suka sama suka diantara kamu”, yang maksudnya janganlah kamu melakukan praktik-praktik yang diharamkan dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang disyari’atkan dan berdasarkan kerelaan kedua belah pihak.⁵ Al-Qu’an menawarkan satu cara untuk memperoleh atau mendapatkan harta yaitu lewat perdagangan (tijara). Perdagangan yang dimaksud bukan sekedar menjual dan membeli barang dengan harga tertentu, tanpa memperdulikan kondisi pembeli. Karena dalam kehidupan ini kita membutuhkan barang dan jasa dari orang lain. Oleh sebab itu, melalui ayat ini Allah melarang proses

³ Imam Jalaluddin dan Abdurrohman As-Suyuti, *Al Asybah Wan Nadho'ir Fi Qowa'idi Wa Furu'i Fiqhis Syafi'iyah: Cet. 2 (Muhaqqiq: Markas Kajian Dan Pembahasan Di Maktabah Nazzar Al-Baz)*, (Riyadh:Maktabah Nazzar Al-Baz,1997).

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), h. 83.

⁵ Muhamad Nasib Ar Rifa,i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir: Jilid 1*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), h. 693.

transformasi itu dengan cara yang batil. Kata batil bermakna sebuah usaha yang melanggar tata aturan syari'at. Itulah aktifitas yang menabrak rukun dan syarat-syarat yang telah ditetapkan agama.⁶

Berikut adalah tabel harga tiket Kereta Api Sri Bilah dengan rute Medan – Rantau Prapat PP berdasarkan tipe kelas.

Tabel 1.1 harga tiket Kereta Api Sri Bilah rute Medan – Rantau Prapat PP

Kelas	Harga
Eksekutif (KA U48 – U49)	Rp.140.000,- – RP. 170.000,-
Bisnis (KA U43 – U44 – U45 – U 50)	Rp. 115.000,- – Rp. 135.000,-
Ekonomi Premium (KA U46 – U47)	Rp. 100.000,- – Rp. 120.000,-

Sumber: <https://kai.id>

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah penumpang Kereta Api Sribilah jurusan Meda – Rantau Prapat tahun 2019 :

Tabel 1.2

Data Jumlah Penumpang Kereta Api Sribilah PT. KAI Divisi Regional I

Medan, tahun 2019

Bulan	Realisasi Penumpang	Kuota Penumpang
Juli	17.484	17.821
Agustus	15.777	16.068
September	15.655	16.655
Oktober	15.455	16.836

⁶ Azhari Akmal Tarigan. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Telaah atas Simpul-simpul Ekonomi dan Bisnis dalam Al-Qur'an*. (Medan: FEBI UINSU PRESS, 2016). h. 231 - 232

November	14.567	16.467
Desember	18.645	20.220

Sumber: PT. KAI Divre I Medan, 2019

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah penumpang Kereta Api Sribilah pada Agustus - November mengalami penurunan. Realisasi terendah terjadi pada bulan November yaitu sebesar 14.567. Realisasi tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu sebesar 18.645.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang, **“Pengaruh Harga Tiket Kereta Api dan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Kereta Api (Survey pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Persaingan yang ada pada industri transportasi darat sangat ketat.
2. Harga tiket kereta api yang terlalu mahal dari transportasi darat lainnya dan tingkat penjualan tiket kereta api yang fluktuatif.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan seperti saat AC bocor dan saat air toilet habis, CS tidak tanggap untuk segera mengisi.
4. Tingkat penjualan tiket kereta api yang fluktuatif.
5. Pendapatan responden.

C. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu, berdasarkan

1. Harga tiket kereta api yang terlalu mahal dari transportasi darat lainnya dan tingkat penjualan tiket kereta api yang fluktuatif.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan yang diharapkan seperti saat AC bocor dan saat air toilet habis, CS tidak tanggap untuk segera mengisi.
3. Pendapatan responden.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga tiket kereta api berpengaruh terhadap permintaan jasa kereta api?
2. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap permintaan jasa kereta api?
3. Apakah pendapatan responden berpengaruh terhadap permintaan jasa kereta api?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh harga tiket kereta api terhadap permintaan jasa kereta api.
2. Pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap permintaan jasa kereta api.
3. Pengaruh pendapatan responden terhadap permintaan jasa kereta api.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Peneliti
 - a. Menjadi lebih memahami tingkat kepuasan penumpang berdasarkan harga yang ditetapkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

- b. Mengetahui dan memahami keseimbangan antara harga yang ditetapkan dan kualitas yang diberikan guna menciptakan kepuasan penumpang.
- c. Mengetahui dan memahami bahwa kualitas pelayanan yang diberikan juga menimbulkan alasan suatu permintaan.
- d. Dapat mengetahui dan memahami harapan yang timbul dari penumpang untuk merealisasikan kinerja yang sesuai dengan harapan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan penumpang.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan permintaan dan tingkat kepuasan penumpang.
- c. Membantu perusahaan dalam penetapan harga dan peningkatan kualitas.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai penetapan harga dan kualitas layanan dalam mewujudkan kepuasan penumpang dan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Sebagai masukan bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
- b. Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis.

- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada di dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja atau kenyataan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Teori Permintaan

Permintaan dapat didefinisikan sebagai banyaknya barang yang diminta konsumen pada harga tertentu.¹ Permintaan adalah berbagai jumlah barang dan jasa yang diminta oleh konsumen dalam suatu pasar untuk periode tertentu pada berbagai kemungkinan tingkat harga atau berbagai kemungkinan tingkat pendapatan, atau berbagai harga barang lain yang mempunyai hubungan dekat.² Pada umumnya, teori permintaan menerangkan tentang sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan ciri hubungan antara jumlah barang dan jasa yang diminta dan harga. Dengan kata lain, teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara jumlah permintaan dan harga.

Menurut G. Lipsey, ada 3 hal penting yang harus diperhatikan dalam konsep permintaan, *pertama* jumlah yang diminta adalah jumlah yang diinginkan (*desire*). Maksudnya, jumlah pembelian yang diharapkan konsumen ketika dihadapkan pada harga produk tersebut, harga barang lain, mungkin jumlahnya berbeda dari yang sebenarnya konsumen peroleh dalam pembelian. Jika jumlah yang tersedia tidak mencukupi, maka jumlah pembelian yang diharapkan konsumen akan melebihi jumlah pembelian yang sebenarnya.

Kedua, apa yang diinginkan bukan sekedar harapan tapi merupakan jumlah sebenarnya yang tersedia dibeli pada harga yang harus dibayar untuk komoditi tersebut.

¹ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar: Edisi 3*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 76

² Sudarsono, *Teori Ekonomika Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), h. 15

Ketiga, kuantitas yang dibeli merupakan arus pembeian yang berkelanjutan, karena kuantitas tersebut harus dinatakan banyaknya persatuan waktu.

Jadi, permintaan terhadap suatu barang/jasa adaah berbagai kemungkinan jumlah barang/jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk setiap periode waktu tertentu dan dalam suatu pasar tertentu. Sedangkan permintaan pasar terhadap suatu barang dan jasa merupakan penjuualan secara horizontal dari seluruh permintaan individual.

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tertentu. Permintaan merupakan jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan bahwa hal-hal lain yang mempengaruhinya tetap sama (*Ceteris Paibus*).

“Semakin rendah harga suatu barang, maka makin semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan pada barang tersebut.”

Dari bunyi hukum permintaan diatas, dapat dijelaskan bahwa hubungan antara kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang akan mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Selain itu, kenaikan harga juga menyebabkan pendapatan riil para penjual berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk

mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.³

Faktor Penentu Permintaan

Permintaan suatu barang atau jasa dapat diartikan dengan berbagai kemungkinan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode waktu tertentu dan dalam suatu pasar tertentu, atau dalam arti luas dapat diartikan sebagai suatu pasar untuk periode tertentu pada berbagai kemungkinan pendapatan, atau berbagai tingkat harga barang lain yang mempunyai hubungan dekat dan dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut diantaranya sebagai berikut⁴ :

a. Faktor harga:

Harga barang itu sendiri

Harga dan permintaan memiliki hubungan berbanding terbalik sehingga berlaku hukum permintaan, yaitu "*Apabila harga suatu barang atau jasa naik/turun ceteris paribus maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan turun/naik*". ini artinya variabel harga dan jumlah permintaan mempunyai hubungan negative. Pengertian *ceteris paribus* adalah beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi, diabaikan atau tidak berubah.

³ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar: Edisi 3*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 77

⁴ Imsar, *Buku Diktat Ekonomi Mikro Islam II*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU: 2018), h.

b. Faktor bukan harga:

1) Harga barang-barang lain

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga golongan, yaitu barang lain itu merupakan *pengganti*, barang lain itu merupakan *pelengkap*, dan kedua barang tidak mempunyai kaitan sama sekali (*barang netral*).

a) Barang Pengganti (barang substitusi)

Suatu barang dinamakan barang pengganti kepada barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Kopi dan teh adalah barang yang dapat saling menggantikan fungsinya. Seseorang yang suka meminum teh selalu dapat menerima minuman kopi apabila teh tidak ada. Sebaliknya, seorang peminum kopi tidak akan menolak meminum teh apabila kopi tidak ada. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya mengalami pengurangan dalam permintaan. Dengan demikian, apabila harga kopi turun maka permintaan terhadap teh akan berkurang. Sebaliknya, apabila harga kopi naik maka permintaan terhadap teh akan meningkat.

b) Barang Pelengkap (barang komplementer)

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Gula adalah barang pelengkap kepada kopi atau teh karena pada umumnya kopi dan teh yang kita minum harus dibubuhi gula. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu

sejalan dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya. Kalau permintaan terhadap kopi atau teh bertambah, maka permintaan terhadap gula cenderung bertambah juga. Sebaliknya, kalau kopi dan teh semakin sedikit permintaannya, maka permintaan untuk gula juga cenderung mengalami penurunan.

c) Barang Netral

Permintaan terhadap beras dan terhadap buku tulis tidak mempunyai hubungan sama sekali. maksudnya, perubahan permintaan dan harga tidak akan mempengaruhi permintaan buku tulis dan begitu pula sebaliknya. Apabila dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang rapat, maka perubahan permintaan salah satu barang tersebut tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya. Barang seperti itu dinamakan barang netral.

2) Pendapatan Para Pembeli

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan, yaitu barang inferior, barang esensial, barang normal, dan barang mewah.

a) Barang Inferior

Barang inferior adalah barang yang banyak diminati oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggimaka permintaan terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan

pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya. Ubi kayu adalah salah satu contoh barang inferior. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Sedangkan bagi yang berpendapatan meningkat maka konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli barang makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu. Contoh lain barang inferior adalah karcis bus. Saat pendapatan menurun, kemungkinan besar transportasi bus akan menjadi pilihan untuk kita bepergian jauh, sementara saat pendapatan naik kereta api akan menjadi pilihannya.

b) Barang Esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang itu terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan (beras, kopi, dan gula) dan pakaian yang utama. Perbelanjaan seperti ini tidak berubah walaupun pendapatan meningkat

c) Barang Normal

Suatu barang dinamakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang ada dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini, beberapa contohnya adalah pakaian, sepatu, berbagai jenis peralatan rumah tangga, dan berbagai jenis makanan. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu permintannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan para pembeli

bertambah, yaitu pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang dan pertambahan pendapatan memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya kepada barang-barang yang lebih baik.

d) Barang Mewah

Jenis-jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi termasuk dalam golongan ini. Emas, intan, mobil sedan adalah beberapa contoh barang mewah. Selain itu, perabot dan hiasan rumah yang mahal adalah contoh lain. Biasanya barang-barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian, dan perumahan.

3) Distribusi Pendapatan

Distribusi pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya. Sekiranya pemerintah menaikkan pajak terhadap orang-orang kaya dan kemudian menggunakan hasil pajak ini untuk menaikkan pendapatan pekerja yang bergaji rendah maka corak permintaan terhadap berbagai barang akan mengalami perubahan. Barang-barang yang digunakan oleh orang-orang kaya akan berkurang permintaannya, tetapi sebaliknya barang-barang yang digunakan orang-orang berpendapatan rendah yang mengalami kenaikan pendapatan akan bertambah permintaannya. Misalnya, permintaan terhadap mobil mewah akan berkurang tetapi permintaan terhadap rumah harga murah bertambah.

4) Cita Rasa Masyarakat (selera)

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Pada tahun 1960-an sedikit sekali orang yang suka menggunakan mobil-mobil buatan Jepang. Tetapi semenjak tahun 1970-an suasanya sudah sangat berubah. Di berbagai Negara di dunia di dapati mobil buatan Jepang semakin populer dan banyak digunakan orang. Akibatnya, permintaan terhadap mobil-mobil buatan Amerika dan Eropa sangat merosot. Contoh ini menggambarkan bagaimana perubahan cita rasa dapat mempengaruhi permintaan berbagai jenis barang.

5) Jumlah Pembeli

Karena permintaan pasar diperoleh dari permintaan masing-masing individu, maka permintaan pasar sangatlah bergantung pada semua faktor yang menentukan permintaan individu, termasuk penghasilan, selera, dan harapan individu, serta harga dari barang-barang yang terkait. Sebagai tambahan, permintaan pasar juga bergantung pada jumlah pembeli. Jika Husin, seorang konsumen es krim, bergabung dengan Asa dan Ali, maka jumlah permintaan pasar terhadap es krim akan meningkat pada setiap harga, dan kurva permintaannya akan bergeser ke kanan.

6) Jumlah Penduduk

Perubahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

7) Usaha-usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Seperti adanya promosi dengan iklan akan mendorong untuk menambah jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Begitu juga adanya diskon atau insentif berupa hadiah-hadiah yang diberikan produsen. Jadi, iklan, diskon atau pemberian hadiah memiliki hubungan positif terhadap permintaan barang.

8) Ekspektasi Tentang Masa Depan (harapan)

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan pada konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan pengurangi permintaan. Jadi, harapan mengenai masa depan tentunya mempengaruhi tingkat permintaan terhadap suatu barang atau jasa hari ini. Sebagai contoh, jika sedang mengharapkan kenaikan gaji bulan depan, anda mungkin rela membelanjakan tabungan lebih banyak dari sebelumnya, untuk membeli es krim akan turun besok, maka anda mungkin akan membeli es krim lebih sedikit hari ini.

B. Teori Permintaan Dalam Perspektif Islam

Menurut Ibnu Taimiyah, permintaan berasal dari keinginan atau hasrat terhadap sesuatu barang atau jasa yang sesuai dengan batasan syari'ah dan halalan toyyiban. Konsep yang digunakan dalam teori permintaan dalam perspektif Islam ialah ketika menilai atau menentukan komoditi (barang atau jasa) bahwa tidak semua bias

digunakan atau dikonsumsi, alasannya karena harus bisa membedakan antara komoditi (barang atau jasa) yang halal dan haram.⁵

Berdasarkan fungsinya, permintaan juga diartikan sebagai pendekatan yang mashlahah, dimana mashlahah ini bisa diukur dengan satuan nominal. Dengan memperoleh mashlahah yang maksimum maka konsumen akan mencapai falah atau kesejahteraan.⁶

Menurut Ibnu Taimiyah, ada beberapa hal yang mempengaruhi permintaan, yaitu keinginan dari masyarakat mengenai suatu barang yang bermacam-macam jenisnya dan keinginan tersebut selalu tidak sama, jumlah dari calon pembeli pada suatu barang, kualitas konsumen yang mana memiliki pendapatan atau gaji menjadi salah satu ciri kualitas konsumen yang baik, tingkat kebutuhan suatu barang, metode dalam pembayarannya tunai atau kredit, dan besarnya dalam transaksi ketika biaya dari suatu barang mengalami penurunan maka akan terjadi permintaan menjadi naik.⁷

Sementara Imam Al-Ghazali atau Abu Hamid Muhammad Al-Tusi A-Ghazali memandang bahwa teori permintaan merupakan peranan dari aktivitas sehari-hari dalam jual-beli dan munculnya pasar yang harganya berubah-ubah mengikuti seberapa kuat dari permintaan dan penawarannya. Al-Ghazai menjelaskan dengan bentuk kurva permintaan. Kurva tersebut menjelaskan bahwa arah menurun dari kiri menuju atas ke arah kanan ialah menunjukkan suatu harga dapat diturunkan melalui cara menurunkan permintaannya.⁸

⁵ Fattach An I'm, "Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Penelitian Manajemen*, Vol. II No. 3, Oktober 2017, h. 220

⁶ P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013), h. 220

⁷ *Ibid.* Fattach An I'm. *Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Islam*, h. 221

⁸ Setiyawan Fahrus, "Teori Permintaan Islami",

<http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/12471/06bab2Rahmawati10010211015skr2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y>, diunduh pada tanggal 27 Februari 2020

1. Faktor-faktor Permintaan dalam Perspektif Islam

Dalam kitab Majmu' Fatwa, Ibnu Taimiyah menjelaskan beberapa hal yang mempengaruhi permintaan suatu barang, diantaranya :

- a. Keinginan atau selera masyarakat (*raghbah*) terhadap suatu barang yang berbeda dan selalu berubah-ubah. Ketika masyarakat telah memiliki selera terhadap suatu barang, maka hal tersebut akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang tersebut.
- b. Jumlah orang yang meminta (*tullab*) terhadap suatu barang. Saat jumlah masyarakat yang menginginkan barang tersebut semakin banyak, maka harga barang tersebut akan semakin meningkat.
- c. Kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu. Jika kebutuhan akan suatu barang itu tinggi, maka permintaan terhadap barang itu juga akan tinggi.
- d. Kualitas pembeli. Tingkat pendapatan menjadi salah satu ciri dari kualitas pembeli. Semakin tinggi tingkat pendapatannya, maka semakin tinggi pula kualitasnya untuk membeli suatu barang.
- e. Cara pembayaran (tunai atau angsuran). Jika pembelian barang tersebut dengan transaksi secara tunai, biasanya permintaannya akan lebih tinggi dibandingkan transaksi secara angsuran.
- f. Besarnya biaya transaksi. Jika biaya transaksi suatu barang rendah, maka permintaan akan meningkat.⁹

⁹ Ulfa Jamilatul Farida, *Telaah Kritis Pemikiran Ekonomis Islam Terhadap Mekanisme Pasar dalam Konteks Ekonomi Islam*, dalam Jurnal Ekonomi Islam La_Riba Vol. 6 No. 2, Desember 2012, h. 4

2. Larangan pada Permintaan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam juga mengatur tentang larangan-larangan terhadap permintaan akan barang atau jasa, diantaranya :

- a. Mengonsumsi barang yang *halal* dan *toyyib*, dan tidak boleh berlebihan (*ishrof*). Islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat. sebagaimana dalam firman Allah SWT., dalam Q.S. Al-Maidah ayat 87 dan 88 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا مَوْأ طَيِّبَاتٍ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا قُلَىٰ إِنَّ اللَّهَ
لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”¹⁰

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا صَلَّىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ
مُؤْمِنُونَ

Artinya:

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”¹¹

- b. Tidak diperbolehkan membelanjakan uangnya semau hatinya.
- c. Harus mengutamakan kebaikan (*mashlahah*). Islam tidak menganjurkan permintaan suatu barang dengan tujuan kemegahan, keistimewaan, dan

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), h. 156

¹¹ *Ibid.*

kemubadziran. Islam memerintahkan untuk menyisihkan sedikit dari harta kita untuk membayar zakat, infaq, dan shodaqoh bagi yang sudah mencapai nishab.¹² Sebagaimana firman Allah SWT., dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ قَلِيًّا وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ قَلِيًّا وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

*“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.”*¹³

C. Teori Harga

Peter dan Olson dalam teorinya tentang harga mengemukakan bahwa, “ Harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang mendalam bagi mereka. Satu pendekatan untuk memahami persepsi harga adalah pemrosesan informasi”.¹⁴ Maksudnya adalah bahwa harga sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk.

Penetapan harga bertujuan untuk mencapai dan memperoleh keuntungan. Penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh

¹² Rini Elvira, *Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam)*, dalam urnal Islamika Vol. 15 No. 1, Tahun 2015, h. 8

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), h. 33

¹⁴ Peter dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Edisi ke-4*, Jakarta: Salemba Empat, 1999), h. 228

konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar.¹⁵

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.¹⁶ Menurut Kotler dan Keller, harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.¹⁷

Menurut Ridwan Iskandar Sudayat, harga adalah tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Sementara Murti dan John menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya adalah marketing mix menunjukkan biayanya. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk tersebut.¹⁸

Dari beberapa defenisi di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* untuk keberlangsungan perusahaan. Harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

¹⁵ Basu DH Swastha, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: Penerbit BPFE, 2006), h. 241

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua: Cet. 6)*, (Yogyakarta: Penerbit Andy, 2001), h. 151

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid II (Edisi Kesebelas)*, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 67

¹⁸ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi: Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam (Cet. 1)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 62

Ada beberapa variabel harga yang menjadi unsur utama harga, yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran.¹⁹ Ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.²⁰

D. Teori Harga Dalam Perspektif Islam

Dalam fiqh Islam, dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-sir'i* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqh membagi *as-sir'i* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, harga yang berlaku secara alami, tidak boleh ikut campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen.

Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabbari*.²¹

Dalam hadits Rasulullah saw. dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu.

¹⁹ Philip Kotler dan Amstrong Gary, "*Marketing Mix: Bauran Pemasaran*", (Digilib.unpas.ac.id: Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis, 2012), h. 52

²⁰ Philip Kotler dan Amstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 278

²¹ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), h. 90

Faktor dominan yang menjadi landasan hukum *at-tas'ir al-jabbari*, menurut kesepakatan para ulama fiqh adalah *al-mashlahah al-mursalah* (kemashlahatan).²²

Dalam sebuah hadis diriwayatkan bahwa :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنَا حَجَّاجُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ قَتَادَةَ وَحُمَيْدٍ
وَتَابِثُ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ عَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَدْ غَلَا السَّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ
الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ
فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad Ibnul Mustsanna berkata, telah menceritakan kepada kami Hajjaj berkata, telah menceritakan kepada kami Hammad bin Salamah dari Qatadah dan Humaid dan Tsabit dari Anas bin Malik ia berkata, “pernah terjadi kenaikan harga pada masa Rasulullah saw, maka orang-orang pun berkata, “Wahai Rasulullah, hargaharga telah melambung tinggi, maka tetapkanlah setandar harga untuk kami.” Beliau lalu bersabda: “Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menyempitkan dan melapangkan, dan Dia yang member rizki. Sungguh, aku berharap ketika berjumpa dengan Allah tidak ada seseorang yang meminta pertanggungjawaban dariku dalam hal darah dan harta.”²³

Ulama fiqh menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah saw. tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang karena komoditas yang ada terbatas. Sesuai dengan hukum ekonomi, apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik. Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah saw. tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.²⁴

²² *Ibid*, h. 91

²³ Isnaini Harahap, dkk, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Medan: Wal Ashri Publishing, 2014), h. 117

²⁴ *Ibid*, Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, h. 92

Menurut Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.²⁵

Abu Yusuf berpendapat bahwa, “tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada batasan yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena meimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan kelangkaan makanan. Harga tidak bergantung pada penawaran saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan. Karena itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan produksi. Melainkan ada variable lain yang mempengaruhi. Seperti pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar di suatu Negara, atau penimbunan dan penahanan barang atau semua hal tersebut.”²⁶

Sementara itu, Al-Ghazali pernah berbicara mengenai “harga yang berlaku”, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian dikenal sebagai *at-tsaman al ‘adil* (harga yang adil) dikalangan ilmuwan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) di kalangan ilmuwan kontemporer. Al-Ghazali juga memperkenalkan hubungan harga dengan teori permintaan dan penawaran. Jika petani tidak mendapatkan pembeli, ia akan menjualnya pada harga

²⁵ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam (Cet. 1)*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 361

²⁶ Adiwarman Azhar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer (Cet. 1)*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 155

yang lebih murah, dan harga dapat diturunkan dengan menambah jumlah barang di pasar.²⁷

Disisi lain, Ibnu Taimiyah mengatakan, “Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs al-adl*). Ia membedakan antara dua jenis harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara sebagai harga yang adil. Dalam *Majwu fatwa*-nya Ibnu Taimiyah mendefenisikan *equivalen price* sebagai harga baku dimana penduduk menjual barang-barang mereka secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam *al-Hisbah*, ia menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas-kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan.²⁸ Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurun, maka harga naik. Begitu sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil, atau mungkin tindakan yang tidak adil.²⁹ Harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.³⁰

Ketentuan kenaikan harga dalam Islam di antaranya sebagai berikut :

²⁷ Adiwarman Azhar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Edisi 3: Cet. 2)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 290

²⁸ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam (Cet. 6)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h. 332

²⁹ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah: Ansyari Thayib*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu Offset, 1997), h. 12

³⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam (Cet. 6)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h. 332

1. Kenaikan Harga Sebenarnya

Kenaikan harga yang sebenarnya ini bias terjadi karena bertambahnya persediaan uang, berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.

2. Kenaikan Harga Buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena para pengusaha serakah, ada para pengusaha atau pedagang yang sengaja menimbun.³¹

Rasulullah saw. melarang menimbun barang:

كَانَ سَعِيدُ بْنُ الْمُسَيَّبِ يُحَدِّثُ. أَنَّ مَعْمَرًا قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. مَنْ اخْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ.

Artinya:

“Sa’id Ibnul Musayyib telah menceritakan, sesungguhnya Ma’mar berkata, Rasulullah bersabda: ‘Barang siapa yang menimbun barang maka dia telah berbuat dosa’.

(HR. Muslim, No. 1605)³²

Contoh kenaikan harga buatan:

- a. *Najsy*, sebuah praktek dagang dimana seseorang pura-pura menawarkan barang yang didagangkan dengan maksud hanya untuk menaikkan harga.³³

³¹ M. Abdul Manan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997), h. 156

³² Syaikh Muhammad Nashiruddin, *Shahih At-Taghrib Wa At-Tarhib: Hadits-Hadits Shahih Tentang Anjuran dan Janji Paha, Ancaman dan Dosa*, (Tim Pustaka Sahifa: Cet. 2). (Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008), h. 63

³³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam (Cet. 1)*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 148

- b. *Bay' Ba'dh 'Ala Ba'dh*, gambaran praktek bisnis ini adalah dengan melakukan lompatan atau penurunan harga oleh seorang dimana kedua belah pihak yang terlibat tawar-menawar masih melakukan dealing, atau baru akan menyelesaikan penetapan harga.³⁴
- c. *Talaqqi ar-Rukban*, praktek ini adalah sebuah perbuatan seseorang dimana dia mencegat orang-orang yang membawa barang dari desa dan membeli barang itu sebelum tiba di pasar.³⁵

3. Kenaikan Harga Kebutuhan Pokok

Agama mengatur dan mengawasi makanan kita dengan maksud agar menjadikan manusia tidak akan mengabaikan kenaikan harga bahan pangan, karena makanan merupakan kebutuhan pokok, sebab itu hasil dari bumi harus dijual di pasar sedemikian rupa, sehingga ia dapat dibeli dengan harga murah.

4. Harga Monopoli

Monopolisasi adalah upaya perusahaan atau kelompok perusahaan yang reatif besar dan memiliki posisi dominan untuk mengatur atau meningkatkan kontrol terhadap pasar dengan cara berbagai praktek anti kompetitif seperti penetapan harga yang mematikan dan persaingan yang tertutup. Jenis pasar yang bersifat monopoli hanya terdapat satu penjual. Sehingga harga pada pasar monopoli ini lebih tinggi. Praktik monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan pemasaran atas barang dan jasa

³⁴ *Ibid*, h. 149

³⁵ Asyari, *Kamus Istilah Ekonomi Syari'ah*, (Padang: PT. Al-Ma'arif, 2003), h. 100

tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.³⁶

Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 ayat 1 yang melarang harga monopoli berbunyi :

“Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atau produksi dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan jasa persaingan usaha tidak sehat.”³⁷

Dan Allah swt. berfirman dalam QS. Asy Syuara’a ayat 183 yang berbunyi:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَنْشِيَاءَ هُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.³⁸

Dalam ekonomi Islam, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat harga, diantaranya :

1. Keinginan penduduk (*al-raghbah*) atas jenis yang berbeda-beda dan sesekali berubah-ubah. Perubahan itu sesuai dengan kelimpahruahan atau kelangkaan barang yang diminta (*al-matub*). Sebuah barang sangat diinginkan jika persediannya berlimpah.³⁹

³⁶ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia (Edisi 1: Cet. 2)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 149

³⁷ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang “Larangan Praktek Monopolidan Persaingan Usaha Tidak Sehat”

³⁸ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah: Al-Qur’an dan Terjemahannya*, h. 374

³⁹ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah: Ansyari Thayib*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu Offset, 1997), h.

2. Jumlah orang yang meminta (*demand* atau *thullab*) juga mempengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang akan besar, maka harga akan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan yang meminta jumlahnya sedikit.⁴⁰
3. Itu juga akan berpengaruh atas menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan, bagaimanapun besar atau kecilnya. Jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi ketimbang jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.⁴¹
4. Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (*a-mu'awid*). Jika pembeli ini merupakan orang kaya atau terpercaya (*kredibel*) dalam membayar kewajibannya maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban dan mengingkarinya).⁴²
5. Tingkat harga barang juga dipengaruhi oleh jenis (*uang*) pembayaran yang digunakan dalam transaksi. Jika yang digunakan adalah uang yang diterima luas maka kemungkinan harga akan lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan uang yang kurang diterima luas.⁴³

Dalam pandangan Imam Yahya bin Umar, ditentukan oleh kekuatan pasar, yakni kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Namun, mekanisme itu harus tunduk pada kaidah-kaidah yang ada. Seperti pemerintah berhak untuk melakukan intervensi pasar ketika terjadi tindakan sewenang-wenang dalam pasar yang dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat. Dalam hal ini, pemerintah berhak

⁴⁰ M. Nur Rianto Al-Arif, *et. al.*, *Dasar-dasar Ekonomi Islam (Cet. 1)*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010), h. 183

⁴¹ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah: Ansyari Thayib*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu Offset, 1997), h. 107

⁴² *Ibid*

⁴³ M. Nur Rianto Al-Arif, *et. al.*, *Dasar-dasar Ekonomi Islam (Cet. 1)*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010), h. 183

mengeluarkan pelaku tindakan itu dari pasar. Hukuman ini berarti pelaku melakukan aktivitas ekonominya di pasar, bukan merupakan hukuman *maliyah*.⁴⁴

Praktek banting harga (*dumping*) bukan dimaksudkan untuk mencegah harga-harga menjadi murah. Akan tetapi, pelarangan tersebut dimaksudkan untuk mencegah dampak negatifnya terhadap mekanisme pasardan kehidupan masyarakat secara keseluruhan. Undang-undang mempunyai peranan sebagai pemelihara dan penjamin pelaksanaan hak-hak masyarakat yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup mereka secara keseluruhan, bukan sebagai alat kekuasaan untuk memperoleh kekayaan secara semena-mena.

Intervensi harga dalam ekonomi Islam bertujuan mewujudkan kerelaan dan mencegah kezaliman. Kewajiban intervensi harga sama dengan *saddu a-dzara'I* (mencegah terjadinya kerusakan) yaitu Negara mempunyai hak melakukan intervensi harga apabila terdapat eksploitasi harga terhadap komoditas yang ada atau kebutuhan pokok masyarakat, dengan menaikkan harga tanpa adanya justifikasi yang dibenarkan oleh hukum. Dalam kondisi ini pedagang tidak boleh menjual komoditas kecuali dengan harga yang adi.⁴⁵

Islam membolehkan, bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran.

Alasan dibperbolehkannya intervensi harga antara lain :

1. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan dari penurunan daya beli.

⁴⁴ Rifa'at al-'Audi, *Min al-Turats: al-Iqtishad li al-Muslimin (Cet. 4)*, (Mekkah: Rabithah 'Alam a-Islami, 1985), h. 46

⁴⁵ Djawahir Hejaziey, "Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Ilmiah Bidang Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 2011, h. 558

2. Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan jalan ikhtikar atau *ghaban fa hisyi*. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kedzaliman produsen terhadap konsumen.
3. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil. Artinya intervensi harga harus dilakukan secara professional dengan melihat kenyataan tersebut.⁴⁶

Ibnu Taimiyah menjelaskan tiga keadaan dimana *price intervention* harus dilakukan :

1. Produsen tidak mau menjual barangnya kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada regular market price, padahal konsumen membutuhkan barang tersebut. Dalam keadaan ini pemerintah dapat memaksa produsen untuk menjual barangnya dan menentukan harga yang adil.
2. Produsen menawarkan pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sehingga konsumen meminta harga pada yang terlalu rendah menurut produsen. Maka intervensi harga harus dilakukan dengan musyawarah dari konsumen dan produsen yang difasilitasi oleh pemerintah. Selanjutnya pemerintah menentukan harga tersebut sebagai harga yang berlaku.⁴⁷

E. Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto, kualitas pelayanan bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Gronroos dalam Ratminto adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak

⁴⁶ Adiwarman Azhar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer (Cet. 1)*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 132

⁴⁷ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), h. 163

kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.⁴⁸ Sedangkan menurut Tjiptono kualitas pelayanan jasa ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴⁹

Faktor penting dalam menentukan kualitas pelayanan adalah *Perceived Quality* yaitu tingkatan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengguna, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan pengguna dipengaruhi oleh pengalaman layanan sebelumnya. Nilai kualitas yang dirasakan adalah pendekatan menyeluruh dari utilitas suatu produk jasa layanan berdasarkan persepsi terhadap apa yang dirasakan atau nilai *trade off* antara manfaat dengan biaya yang dirasakan.

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan yang diinginkan konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses transaksi penjualan dari perusahaan kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen.⁵⁰

Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen dan untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

⁴⁸ Supranto, J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 54

⁴⁹ Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Edisi 2*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Off Sat), h. 59

⁵⁰ Sri Sudiarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Dinamika Motor Tasikmalaya* dalam Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah, 2018, h. 2

1. Sikap Pelayanan

Sikap yang harus dimiliki karyawan yang dapat diberikan kepada pelanggan tergantung dari kondisi atau situasi pada saat berhadapan dengan pelanggan dari awal sampai akhir. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani pelanggan.⁵¹

- a) Memberikan kesempatan pelanggan berbicara. Seorang karyawan harus memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada pelanggan untuk mengemukakan keinginannya.
- b) Mendengarkan baik-baik selama pelanggan mengemukakan pendapatnya. Karyawan harus mendengarkan dan menyimak baik-baik apa-apa yang dikemukakan pelanggan.
- c) Tidak menyela pembicaraan. Sebelum pelanggan selesai berbicara, karyawan hendaknya tidak memotong atau menyela pembicaraan.
- d) Ajukan pertanyaan. Jika ada hal-hal yang kurang jelas atau kurang lengkap, karyawan dapat mengajukan pertanyaan. Pengajuan pertanyaan kepada pelanggan dilakukan apabila pelanggan sudah selesai berbicara.
- e) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung. Kadang-kadang seorang pelanggan atau calon pelanggan bertingkah diluar batas. Namun, dalam hal ini seorang karyawan diharapkan tidak menyinggung pelanggan, baik dalam cara bicara, sikap, atau nada bicara.
- f) Jangan mendebat pelanggan. Jika ada hal-hal yang kurang disetujui, maka usahakan memberi penjelasan dengan sopan. Karyawan diharapkan tidak berdebat atau memberikan argument yang tidak dapat diterima oleh pelanggan.

⁵¹ Kasmir, *kewirausahaan Ed. Revisi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 306 - 308.

- g) Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang. Selama melayani pelanggan atau calon pelanggan, karyawan diharapkan mampu memberikan atau menunjukkan sikap sopan santun dan ramah tamah. Selain itu emosi harus terkendali dan tetap berlaku tenang dalam menghadapi pelanggan yang kurang menyenangkan.
- h) Jangan menangani hal-hal yang bukan wewenangnya. Seorang karyawan sebaiknya tidak menangani hal-hal atau tugas-tugas yang bukan merupakan pekerjaannya atau wewenangnya. Serahkan tugas-tugas tersebut kepada karyawan yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.
- i) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu pelanggan yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa kita memang ingin membantu pelanggan.

2. Dimensi Pelayanan

Menurut Parasuraman dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yang disebut SURVQUAL (Service Quality) ialah:⁵²

- a) Bukti fisik (*Tangibles*) ialah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, sarana, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Dimensi pelayanan dalam bentuk fisik, peneliti meminta respon pelanggan terkait dengan kamar hotel yang bersih dan tertata, tempat parkir dan penampilan dari karyawan hotel.

⁵² Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : PT. Salemba Empat 2001), h. 14

- b) Keandalan (*Reliability*) ialah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi. Dinilai dengan melihat pengalaman kerja dari karyawan dan kedisiplinan kerja dari karyawan menurut pelanggan hotel.
- c) Ketanggapan (*Responsiveness*) ialah kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan, misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan. Daya tanggap dinilai dengan melihat kecepatan karyawan dalam melayani keluhan dan kesesuaian pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
- d) Jaminan (*Assurance*) ialah kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi: Kompetensi (*competence*), artinya meliputi keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan. Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan. Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan

kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya. Jaminan diukur berdasarkan kelengkapan fasilitas yang disediakan hotel. Sikap karyawan yang ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

- e) Empati (*Empathy*) ialah kemampuan karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dimensi empati ini merupakan penggabungan dari dimensi: Akses, meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan. Komunikasi, merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan. Pemahaman kepada pelanggan, meliputi: usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Peneliti menilai dimensi empati berkaitan dengan pelayanan yang diberikan tidak memandang status sosial pelanggan, kemudahan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan dan ketersediaan menerima saran dari pelanggan terkait dengan pelayanan yang telah diberikan.

3. Fungsi dan Tujuan Kualitas Pelayanan

Fungsi dari kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada konsumen ialah agar dapat memberikan kepuasan yang maksimal. Pemberian pelayanan yang prima memberikan keuntungan bagi produsen berupa kepuasan konsumen terhadap produk sehingga konsumen akan melakukan pembelian kembali sehingga akan memberikan dampak keuntungan /laba maksimal bagi produsen, inilah yang menjadi tujuan utama diadakannya pelayanan yang prima untuk para pelanggan.

Menurut Ari dalam luthfiana Pembeli akan tertarik karena detail barang yang jelas disertai keterangan jelas tentang barang tersebut meliputi harga, ukuran, jumlah, dan semua informasi yang akan meyakinkan pembeli. Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada produsen harus dijaga dengan baik karena kredibilitas produsen sangat dipertaruhkan disini. Produsen harus menjaga nama baik, tepat waktu dalam pengiriman, sifat ramah, ramah dalam membalas atau merespon pesan yang dikirim oleh konsumen serta barang yang dijanjikan haruslah sama.⁵³

Ada beberapa pelayanan yang harus diperhatikan dalam sebuah perusahaan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, di bawah ini akan dijelaskan ciri-ciri pelayanan yang baik, yaitu:

- a) Tersedia sarana dan prasarana yang baik. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan pelanggan betah untuk berurusan dengan baik.
- b) Tersedianya personil yang baik. Kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas atau karyawannya harus ramah, sopan dan murah senyum.
- c) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai. Pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka karyawan atau montir yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggungjawabnya.

⁵³ Ratminto dan Winarsih Atik Septi. *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar 2005), h. 45

- d) Mampu melayani secara tepat dan cepat. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- e) Mampu berkomunikasi. Para karyawan atau montir harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti jangan menggunakan istilah atau perkataan yang berbelit-belit dan yang sulit dimengerti.
- f) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia pelanggan. Karena rahasia perusahaan merupakan taruhan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.
- g) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Para pegawai atau montir selalu berhubungan dengan manusia, maka harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu yang seharusnya diperlukan dalam pekerjaannya tersebut.
- h) Berusaha memahami kebutuhan konsumen. Harus tanggap dengan apa yang diinginkan pelanggan. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan tersebut, sehingga pelayanan yang diberikan bisa maksimal.
- i) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen. Kepercayaan pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga pelanggan mau menjadi pelanggan yang loyal dengan perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga pelanggan yang lama agar tidak lari perlu dijaga agar tetap loyal terhadap perusahaan tersebut.⁵⁴

⁵⁴ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 144

F. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Adiwarman Karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.⁵⁵

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran Ayat 159, yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka. Sekira kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.*⁵⁶

Menurut Ibn Katsir di dalam tafsirnya *al-Qur’an al-Azhim*, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh nabi Muhammad saw itu tiada lain disebabkan karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak nabi Muhammad saw yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya

⁵⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), h.

⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1989), h.

mengatakan: “Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”. Artinya adalah sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dan bekeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan menjauhimu.⁵⁷

Dalam mempertahankan kelangsungan suatu usaha maka pemilik perusahaan hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan sifat nabi Muhammad saw yaitu bersifat lemah lembut kepada setiap orang maupun kepada konsumen perusahaan, agar setiap konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk/jasa yang kita tawarkan. Interaksi yang baik harus di terapkan antara karyawan dengan konsumen karena keramah tamahan karyawan mampu menjalin hubungan yang baik antara antara perusahaan dengan konsumen.

G. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2 Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Citra Hilda Karissa (2011).	Analisis Permintaan Jasa Kereta Api (Studi Kasus: Kereta Api Eksekutif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan kereta api selama 1 bulan, pada kereta api eksekutif Harina dan	Persamaan : Sama-sama membahas tentang permintaan jasa transportasi kereta api. Perbedaan : Pada penelitian terdahulu

⁵⁷ Ibn Katsir, *Tafsir Al-Quran Al-Azhim, Jus 4*, (Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2001), h. 245-252

		Harina Trex Semarang-Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria Trex Semarang-Jakarta.	kereta api eksekutif Argo Muria adalah Harga Tiket Kereta Api, Harga Tiket Transportasi Travel, dan Pendapatan. Sedangkan variabel yang berpengaruh negatif dan signifikan, pada kereta api eksekutif Harina adalah Jenis Kelamin.	tidak membahas dalam perspektif Islamnya. Penelitian terdahulu menggunakan variabel dummy (karakteristik demografi). Penelitian terdahulu menggunakan Travel sebagai subjek pembanding.
2.	Fitria Wahyu Anggraini dan Retna Ngesti S (2014).	Analisis Trend Jumlah Penumpang Kaitannya Harga Tiket Pada Kereta Api Logawa Tahun 2011 – 2013 DAOP IX Jember.	Hasil penelitian menunjukkan tren jumlah penumpang kereta api Logawa tahun 2011 – 2013 menurun. Penumpang kereta api Logawa berkurang disebabkan karena perubahan harga tiket yang terjadi. Masyarakat lebih suka moda transportasi bus sebagai pengganti kereta api atau menggunakan	Persamaan : Sama-sama membahas tentang jasa transportasi Kereta Api. Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dari segi perspektif Islamnya. Penelitian terdahulu, Peneliti menggunakan metode wawancara

			kendaraan pribadi. Jumlah penumpang kereta api juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kebutuhan masyarakat untuk menggunakan kereta api Logawa.	dalam memperoleh datanya.
3.	Abdul Darmanto (2014).	Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyebrangan antar Pulau di Kota Raha.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas secara bersama-sama mampu memberikan penjelasan terhadap variable terikat dengan nilai R ² sebesar 95%, artinya harga tiket, tujuan keberangkatan, pendapatan dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variasi permintaan jasa transportasi laut di Kota Raha sebesar 95%, sedangkan sisanya 5% yang	Persamaan : Sama-sama membahas tentang permintaan jasa transportasi. Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dari segi perspektif Islamnya. Penelitian terdahulu, Peneliti menggunakan jasa transportasi laut sebagai subjeknya.

			dijelaskan oleh variable-variabel lain diluar model estimasi.	
4.	Tia Indriani (2015).	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api (Survei pada Penumpang Keréta Api Ciremai Ekspres Rute Bandung – Cirebon, PP).	Hasil penelitian menunjukkan besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan jasa Kereta Api Ciremai Ekspres jurusan Bandung – Cirebon PP dapat dikatakan baik yaitu sebesar 72,3 %.	Persamaan : Sama-sama membahas tentang jasa transportasi Kereta Api. Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dari segi perspektif Islamnya. Pada penelitian terdahulu, Peneliti lebih fokus membahas loyalitas pelanggan sebagai variabel terikatnya.
5.	Achmad Muqtadir (2016).	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif dan variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh secara	Persamaan : Sama-sama membahas tentang perintaan jasa transportasi dan memiliki metode

		Permintaan Jasa Angkutan Kota Di Kabupaten Pangkep.	negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa angkutan kota. Adapun secara keseluruhan variabel independen berpengaruh sebesar 75,72%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.	penelitian yang sama. Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan angkutan kota sebagai subjek. Penelitian terdahulu tidak membahas dalam perspektif Islamnya.
6.	Dapot Adiatma dan Medi S. Surbakti (2016).	Analisis Pemilihan Moda Kereta Api Dan Bus (Studi Kasus: Medan-Pematang Siantar).	Dari hasil uji statistik diketahui bahwa atribut Biaya Perjalanan (X_1), Waktu Tempuh (X_2), Jadwal Keberangkatan (X_3), Pelayanan (X_4), Lama Waktu Menuju Stasiun Keberangkatan (X_5), Lama Waktu dari Stasiun Tujuan Menuju Tempat Tujuan (X_6), Biaya Menuju Stasiun Keberangkatan (X_7), dan Biaya yang Diperlukan dari Stasiun	Persamaan : Sama-sama membahas tentang jasa transportasi Kereta Api di Medan. Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dalam perspektif Islamnya.

			Tujuan Menuju Tempat Tujuan (X_8) secara signifikan mempengaruhi responden dalam memilih moda transportasi yang digunakan.	
7.	Teguh Pujianto (2016).	Analisis Pemilihan Moda Transportasi Penumpang Antara Bus dan Kereta Api Rute Purwodadi-Semarang.	Hasil penelitian diketahui bahwa: sebanyak 63% responden memilih menggunakan moda kereta api, jenis kelamin didominasi oleh laki-laki (51,7%), dengan umur antara 31-40 tahun (36,3%), dan bekerja sebagai wiraswasta (64,8%). Selain itu, diketahui juga mayoritas responden mengeluarkan biaya sebesar Rp. 40.000 – Rp. 60.000 (45,7%), bertujuan ke Semarang (91,1%), dengan lama perjalanan 90 – 120 menit (43,3%), sebanyak 54%	Persamaan : Sama-sama membahas mengenai jasa transportasi. Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dari segi perspektif Islamnya. Penelitian terdahulu hanya fokus pada perilaku konsumennya saja.

			memilih bus karena faktor aman, dan 43% memilih kereta api karena faktor cepat.	
8.	Anzy Indrashanty dan Suci Putri Primadiyan ti (2016).	Potensi Permintaan Penggunaan Kereta Api Stasiun Tebing Tinggi.	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pergerakan menuju Kota Tebing Tinggi lebih besar dibandingkan yang keluar, terdapat indikasi potensi tarikan pergerakan yang besar. Diprediksi akan terjadi penurunan tarif sebesar 15% dan dilakukan peningkatan kecepatan sebesar 20km/jam, akan terjadi peralihan ke moda transportasi kereta api sebesar 32,21%.	Persamaan : Sama-sama meneliti tentang permintaan jasa transportasi Kereta Api. Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dari segi perspektif Islamnya. Pada penelitian terdahulu, Peneliti menggunakan metode wawancara sebagai metode pengumpulan datanya.
9.	Putri Handayani Hasibuan (2016).	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan	Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) kualitas pelayanan berpengaruh	Persamaan : Sama-sama meneliti tentang jasa transportasi.

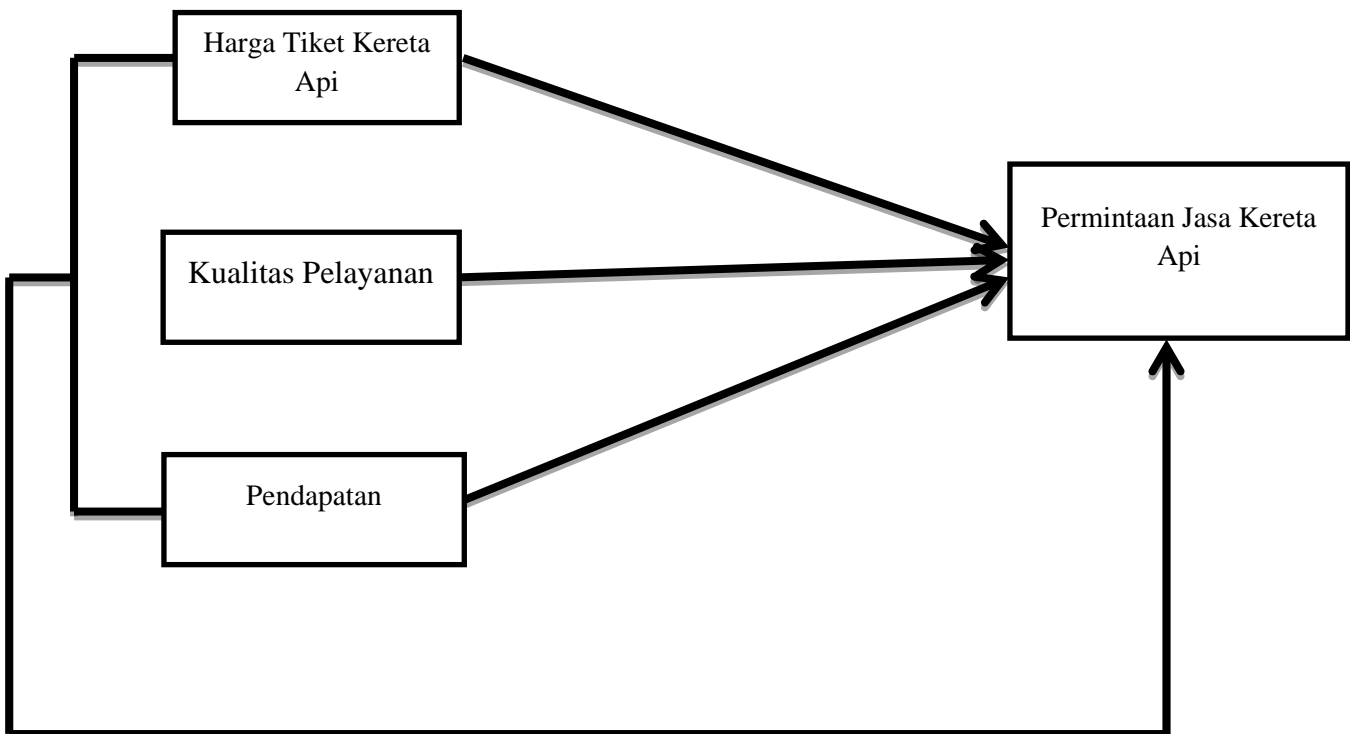
		<p>Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Damri di Bandara Soekarno – Hatta (Studi Kasus terhadap Pengguna Jasa Damri Bandara Soekarno – Hatta).</p> <p>Lokasi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Damri di Bandara Soekarno – Hatta (2) harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Damri di Bandara Soekarno – Hatta (3) lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Damri di Bandarara Soekarno – Hatta, dan (4) kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bandara Soekarno – Hatta.</p>	<p>Perbedaan : Penelitian terdahulu tidak membahas dari segi perspektif Islamnya. Pada penelitian terdahulu, Peneliti menjadikan Damri sebagai subjek penelitian. Pada penelitian terdahulu, Peneliti lebih fokus terhadap kepuasan pelanggan.</p>	
10.	Jumaidah Hijriah (2018)	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa ini nilai signifikansi harga berdasarkan uji t ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan</p>	<p>Persamaan : Sama-sama membahas tentang pengaruh permintaan jasa transportasi, metode penelitian sama, serta</p>

		<p>Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Sri Bilah Kelas Eksekutif di PT. Kereta Api Indonesia Divre I Medan</p>	<p>Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikan Harga berdasarkan uji t yaitu ada pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji F terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga dengan Kepuasan Pelanggan secara bersamaan dengan nilai $12,216 > 3,06$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai r-squer sebesar 44,9 % hal ini berarti kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 44,9% sisanya 55,1% diengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian.</p>	<p>subjek dan objek penelitian sama. Perbedaan : Penelitian terdahulu hanya menggunakan 2 variabel.</p>
--	--	--	---	---

H. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis adalah sebuah gambaran atau peran yang akan diteliti sehingga dapat memperjelas arah penelitian yang akan dilakukan. Menurut teori, permintaan suatu barang atau jasa berdasarkan pada seberapa tinggi tingkat harga yang berlaku untuk setiap periode dan dalam suatu pasar tertentu. Konsumen menginginkan alat transportasi yang cepat, nyaman, dan terbebas dari macet tentunya. Selain itu, pendapatan konsumen juga mempengaruhi suatu permintaan dan jenis barang atau jasa seperti apa yang diminta konsumen. Mengacu pada teori-teori yang ada, maka gambaran dari penelitian ini yaitu :

Kerangka Teoritis



Berdasarkan gambar, kerangka teoritis ini dapat digunakan untuk melihat seberapa tinggi permintaan pada jasa kereta api. Pada permintaan kereta api yang digunakan adalah jumlah penggunaann penumpang kereta api dalam 1 bulan.

I. Hipotesa

Hipotesa merupakan suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya.⁵⁸ Walaupun sifatnya jawaban sementara, hipotesis tidak boeh dirumuskan begitu saja, melainkan harus didasarkan pada kajian teori dan penelitian terdahulu.

Berdasarkan tinjauan diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga tiket Kereta Api terhadap permintaan jasa Kereta Api.
 H_1 : Terdapat pengaruh harga tiket Kereta Api terhadap permintaan jasa Kereta Api.
2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap permintaan jasa Kereta Api.
 H_2 : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap permintaan jasa Kereta Api.
3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh pendapatan atau penghasilan terhadap permintaan jasa Kereta Api.
 H_3 : Terdapat pengaruh pendapatan atau penghasilan terhadap permintaan jasa Kereta Api.

⁵⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 104

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel.¹ Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan demikian, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter.

Tujuan utama dari metodologi ini ialah menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi. Generalisasi ialah suatu kenyataan kebenaran yang terjadi dalam suatu realitas tentang masalah yang diperkirakan akan berlaku pada suatu populasi tertentu.² Generalisasi dapat dihasilkan melalui suatu metode perkiraan atau metode estimasi. Metode estimasi itu sendiri dilakukan berdasarkan pengukuran terhadap keadaan nyata yang lebih terbatas lingkupnya yang juga sering disebut “sample” dalam penelitian kuantitatif. Yang diukur dalam penelitian sebenarnya ialah bagian kecil dari populasi atau sering disebut “data”. Data ialah contoh nyata dari kenyataan yang dapat diprediksikan ke tingkat realitas dengan menggunakan metodologi kuantitatif tertentu.

¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 38

² Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU Press, 2016), h. 7 -

Menurut Sugiyono, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting bagi penelitian ini, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi ini bisa di wilayah atau suatu lembaga tertentu dalam masyarakat. Untuk memperoleh data primer, penelitian dilakukan di Stasiun Kereta Api Medan, Jl. Stasiun Kereta Api No. 1, Medan.

Waktu penelitian adalah waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini. Dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada 25 November 2020 hingga 25 Januari 2021.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data primer

Data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer adalah data yang bersumber langsung dari responden.⁴ Diperoleh langsung dari responden yaitu para pengguna atau penumpang jasa transportasi Kereta

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h. 8

⁴ Anwar Sanusi, *Metodoogi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 104

Api Sri Bilah trex Medan – Rantau Prapat pp, yang diambil pada waktu kereta api akan berangkat dan diatas kereta api pada saat kereta api melakukan perjalanan dengan dibantu alat yaitu daftar pertanyaan atau kuisisioner. Diperoleh juga wawancara dengan petugas PT. Kreta Api Indonesia. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan *SPSS Statistic*.

b. Data skunder

Data skunder adalah data yang bersumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵ Dalam penelitian ini, data skunder diperoleh dari media perantara yaitu buku, literature-literature, dan artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuisisioner, maka sumber datanya adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi berarti kumpulan objek yang diteliti.⁶ Populasi atau *universe* merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diteliti.⁷ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h. 23

⁶ Lucas Setia Atmaja, *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h. 2

⁷ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU Press, 2016), h. 31

ditarik kesimpulannya.⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa transportasi atau penumpang Kereta Api Sri Bilah Trex Medan – Rantau Prapat pp, yaitu Kereta Eksekutif – Bisnis Sri Bilah yang dalam serangkaiannya terdapat 420 tempat duduk.

2. Sampel

Menurut Supranto, sampel merupakan data yang dikumpulkan dengan acak. Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih dari persyaratan minimal sebanyak 90 elemen (responden).⁹

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.¹⁰ Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada dipopulasi, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi.

Pengambilan sampel menggunakan teori Slovin¹¹ yaitu dengan rumus dan tingkat toleransi kesalahannya adalah 10% :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h. 15

⁹ Supranto, *Pengukuran Tingkat Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h. 239

¹⁰ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU Press, 2016), h.

¹¹ Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960. Rumus Slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 78

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan

Dengan menggunakan teori Slovin tersebut, maka sampelnya sebagai berikut :

Sampel pada Kereta Eksekutif – Bisnis Sri Bilah

$$n = \frac{420}{1 + 420 (0,1)^2}$$

$$n = 80,76$$

$$n = 80 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat dari jumlah seluruh kapasitas penumpang yang diangkut dalam 1 rangkaian kereta api Eksekutif – Bisnis Sri Bilah, sehingga dapat diperoleh ukuran sampel adalah sebesar 80 orang para pengguna atau penumpang jasa transportasi kereta api Eksekutif – Bisnis Sri Bilah jurusan Medan – Rantau Prapat.

E. Defenisi Operasional

1. Variabel Independen atau Bebas (X)

Variabel independen merupakan variable yang menjelaskan atau mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Harga Tiket Kereta Api (X_1)

Harga Kereta Api dalam penelitian ini merupakan harga tiket jasa kereta api Sri Bilah yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Goeth dan Davis 2010 (dalam Fandy Tjiptono) menyatakan bahwa “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

c. Pendapatan (X_3)

Pendapatan merupakan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Diukur dalam satuan rupiah (Rp). Dalam penelitian ini, pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh responden.

Seberapa besar tingkat rasa aman seorang pengguna atau penumpang dalam menggunakan jasa transportasi baik itu saat diperjalanan atau di stasiunnya juga menjadi alasan seorang pengguna atau penumpang dalam memilih jasa transportasi mana yang akan ia gunakan.

2. Variabel Dependen atau Terikat (Y)

Variabel terikat (*devendent variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dari penelitian ini adalah permintaan jasa angkut Kereta Api Sri Bilah (Y). Permintaan yang dimaksud disini adalah permintaan pasar yaitu jumlah penggunaan jasa kereta api Sri Bilah yang digunakan oleh 236 orang responden.

F. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik dan instrument yang dilakukan dan diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuisisioner

Metode kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas.

Dalam pembuatan kuisisioner, peneliti menggunakan *skala likert*. Skala likert adalah salah satu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei.

Skala yang digunakan diantaranya :

Sangat Tidak Setuju : STS

Tidak Setuju : TS

Kurang Setuju : KS

Setuju : S

Sangat Setuju : SS

Dalam penelitian ini, kuisisioner disebar kepada pengguna jasa kereta api Sri Bilah pada saat kereta api akan berangkat dan di atas kereta api.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Studi kepustakaan dibuat

untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam buku yang memberikan landasan bagi perumusan hipotesis, menyusun kuisioner, dan pembahasan teoritis.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan buku-buku baik yang berbentuk cetak maupun elektronik (e-book) sebagai referensi dalam membuat landasan teoritis. Selain itu, peneliti juga melihat jurnal atau skripsi peneliti sebelumnya sebagai bahan referensi dalam pembuatan rumusan masalah, kerangka teoritis, penyusunan hipotesis, hingga pembuatan kuisioner.

3. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung keadaan di stasiun kereta api.

G. Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan *software SPSS Statistic*. Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas menjadi bahasan utama dalam setiap pengukuran dalam penelitian. Keduanya dilakukan untuk menguji apakah kuisioner layak digunakan sebagai instrument penelitian atau tidak. Validitas dan reliabilitas menjadi hal yang sangat penting karena konstruk pada teori social seringkali ambigu, membingungkan dan seringkali tidak dapat secara langsung teramati.

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat dalam melakukan fungsi ukurannya. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti.¹²

Menurut Duwi, uji validitas item digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuisioner atau skala. Apakah item-item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan peniaian langsung dengan metode korelasi *person* atau metode *corrected item-tota correction*.¹³

Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keeluruhan item. Pengujian validitas intrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistic* dengan kriteria sebagai berikut :

Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid

Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang mempunyai arti menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan

¹² Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), h. 61

¹³ Duwi Pryianto, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 24

data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.¹⁴

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistic*. Butir pertanyaannya sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan reliable

Jika $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan tidak reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, agar dapat perkiraan yang efisiensi dan tidak bisa maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi, yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak.¹⁵ Dalam hal ini, yang diuji normalitas bukan hanya masing-masing variabel independen dan dependennya saja, tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusikan secara normal.

¹⁴ *Ibid*, h. 27

¹⁵ Duwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009), h.

b. Uji Heteroskedastisitas

Adanya varians variabel independen adalah konstan untuk setiap nilai tertentu tiap variabel independen (heteroskedastisitas). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi ketika suatu variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Variabel independen dilambangkan dengan X_1, X_2, \dots, X_n , sedangkan variabel dependen dilambangkan dengan Y .

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi *software SPSS Statistic*. Bentuk persamaannya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y : Permintaan Jasa Kereta Api

- a : Konstanta
- X_1 : Harga Kereta Api
- X_2 : Kualitas Pelayanan
- X_3 : Pendapatan
- $b_1 - b_3$: Koefisien Regresi Variabel X
- e : Standart Error

Suatu perhitungan secara statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur untuk menguji pendugaan suatu fenomena dari perilaku konsumen atau perilaku pasar. Hipotesis menjadi hasil akhir dari proses berpikir deduktif (logika deduktif). Logika deduktif menganut asas koherensi, mengingat premis merupakan informasi yang bersumber dari pernyataan yang telah teruji kebenarannya, maka hipotesis yang dirumuskan akan mempunyai derajat kebenaran yang tidak jauh berada dengan premis.¹⁶ Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik akan digunakan untuk menganalisis kelanjutan data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut :

¹⁶ Muhammad, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali, 2008), h. 76

a. Uji Signifikansi Parsial (uji – t)

Uji – t dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas (X) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Bentuk pengujiannya adalah :

Kriteria pengambilan keputusan :

- $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel harga kereta api, kualitas pelayanan, dan pendapatan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu permintaan jasa kereta api.
- $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel harga kereta api, kualitas pelayanan, dan pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu permintaan jasa kereta api.

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. Uji Signifikansi Simultan (uji - F)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) model hipotesis yang digunakan dalam uji – F ini adalah :

- $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel harga kereta api, kualitas pelayanan, dan pendapatan secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y), yaitu permintaan jasa kereta api.
- $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3), yaitu berupa variabel harga kereta api, kualitas pelayanan, dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y), yaitu permintaan jasa kereta api.

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2, X_3) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

1. Sejarah Perkeretaapian

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kamijen, Jumat tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara KamijenTanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km.

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara Makasar - Takalar,

yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang - Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 Km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro - Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945

kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI).

Tabel 4.1.1 Ringkasan Sejarah Perkeretaapian Indonesia

Periode	Status	Dasar Hukum
Th. 1864	Pertama kali dibangun Jalan Rel sepanjang 26 km antara Kemijen Tanggung oleh Pemerintah Hindia Belanda	
1864 s.d 1945	Staat Spoorwegen (SS) Verenigde Spoorwegenbedrijf (VS) Deli Spoorwegen Maatschappij (DSM)	IBW
1945 s.d 1950	DKA	IBW
1950 s.d 1963	DKA – RI	IBW
1963 s.d 1971	PNKA	PP. No. 22 Th. 1963
1971 s.d.1991	PJKA	PP. No. 61 Th. 1971
1991 s.d 1998	PERUMKA	PP. No. 57 Th. 1990
1998 s.d. 2010	PT. KERETA API (Persero)	PP. No. 19 Th. 1998

		Keppres No. 39 Th. 1999 Akte Notaris Imas Fatimah
Mei 2010 s.d sekarang	PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)	Instruksi Direksi No. 16/OT.203/KA2010

Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Visi : menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*.

Misi : menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

2. Tujuan Perusahaan

Melaksanakan dan mendukung kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di bidang transportasi, dengan menyediakan barang-jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk dapat melakukan ekspansi baik di pasar domestik maupun internasional di bidang perkeretaapian, yang meliputi usaha pengangkutan orang dan barang dengan Kereta Api (KA), kegiatan perawatan dan perusahaan prasarana perkeretaapian, pengusahaan bisnis property secara profesional, serta pengusahaan bisnis penunjang prasarana dan sarana KA secara efektif untuk kemanfaatan umum.

3. Budaya Perusahaan

a. Integritas

Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

b. Profesional

Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

c. Keselamatan

Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

d. Inovasi

Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) selalu menumbuhkan kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

e. Pelayanan

Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok: Ability (Kemampuan), Attitude (Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan), dan Accountability (Tanggung jawab).

f. Logo

Gambar 4.1.1 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)



Bentuk:

- 1) Garis melengkung: Melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai Visi dan Misinya.
- 2) Anak Panah: Melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima.
- 3) Warna:
 - Orange: Melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal.

Biru: Melambungkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke *stakeholders*. Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.

4. Slogan Perusahaan

“**Anda Adalah Prioritas Kami**”, makna slogan PT Kereta Api Indonesia (Persero) diatas bahwa, Anda adalah pelanggan yang terdiri dari pelanggan internal didalam lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan pelanggan eksternal di luar lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero). Pelanggan harus menjadi prioritas dalam pencapaian pelayanan. Untuk mencapai pelayanan diperlukan kerjasama antar individu dan bagian.

5. Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional I Sumatera Utara dan Aceh

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional I dipimpin oleh seorang Executive Vice President (EVP) dan Deputy Executive Vice President (Deputy EVP) sebagai wakilnya, serta membawahi beberapa manager yaitu:

- a. Manager Humasda
 - 1) Ass. Manager Internal, dan
 - 2) Ass. Manager Eksternal
- b. Manager Hukum
- c. Manager SDM dan Umum
 - 1) Ass. Manager SDM

- 2) Ass. Manager Dokumen dan Kerumah tanggaan
- d. Manager Keuangan
- 1) Ass. Manager Anggaran
 - 2) Ass. Manager Akuntansi
 - 3) Ass. Manager Keuangan
 - 4) Junior Manager Penagihan
- e. Manager Pengadaan Barang dan Jasa
- 1) Sekretaris
 - 2) Anggota
- f. Manager Sarana
- 1) Junior Manager Inspector Sarana
 - 2) Ass. Manager Program Anggaran Perawatan Sarana
 - 3) Ass. Manager Perawatan Lokomotif dan KRD
 - 4) Ass. Manager Perawatan Kereta dan Gerbong
- g. Manager Jalan Rel dan Jembatan
- 1) Junior Manager Inspektor JJ
 - 2) Ass. Manager Program Jalan Rel dan Jembatan
 - 3) Ass. Manager Konstruksi Jalan Rel dan Jembatan
 - 4) Ass. Manager Fasilitas Sarana Pemeliharaan JJ dan Evaluasi
- h. Manager Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik (Sintelis)
- 1) Junior Manajer Inspektor Sintelis
 - 2) Ass. Manager Kegiatan dan Pembiayaan
 - 3) Ass. Manager Perencanaan Teknis

4) Ass. Manager Informasi dan Evaluasi

i. Manager Operasional

1) Junior Manager PUSDALOPKA

2) Senior Supervisor Renc. EV & TU

3) Senior Supervisor Pengendalian OP KA

4) Senior Supervisor Operator Radio

5) Senior Supervisor Pengendalian Sarana

6) Junior Manager Inspector Operasi

7) Ass. Manager Perka

8) Ass. Manager Operasi Sarana

j. Manager Pengamanan

1) Ass. Manager Kamtib

2) Supervisor Administrasi

3) Supervisor Operasi

k. Manager Pelayanan

1) Ass. Manager Pelayanan dan Kebersihan Stasiun

2) Ass. Manager Pelayanan dan Kebersihan di atas KA

l. Manager Pemasaran dan Angkutan

1) Ass. Manager Angkutan Penumpang

2) Ass. Manager Angkutan Barang

3) Ass. Manager Customer Care

m. Manager Pengusahaan Aset

1) Ass. Manager Pengusahaan Aset Stasiun & Row

2) Ass. Manager Pengusahaan Aset non Stasiun & Row

6. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional I Sumatera Utara dan Aceh

PT. Kereta Api Indonesia Divisi Regional I Sumatera Utara dan Aceh adalah Divre KAI dengan wilayah Provinsi Aceh dan Sumatera Utara yang dipimpin oleh seorang Kepala Divisi Regional (Kadivre) yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Direksi PT. Kereta Api Indonesia, yang beralamat di Jl. Prof. H. M. Yamin No. 44, Medan Timur, Medan, Sumatera Utara 20231 Indonesia.

a. Stasiun

Stasiun yang Berada di Bawah Wewenang PT Kereta Api Indonesia Divre I Sumatera Utara – Aceh terbagi atas 10 jalur, diantaranya:

1) Jalur kereta api Medan – Tebing Tinggi

Stasiun Medan (MDN), Stasiun Medan Pasar (MDP), Stasiun Bandar Khalipah (BAP), Stasiun Batang Kuis (BTK), Stasiun Araskabu (ARB) percabangan ke Bandara Kualanamu, Stasiun Lubuk Pakam (LBP), Stasiun Perbaungan (PBA), Stasiun Lidah Tanah (LDT), Stasiun Teluk Mengkudu (TKD), Stasiun Rampah (RPH), Stasiun Bamban (BMB), dan Stasiun Tebing Tinggi (TBI).

2) Jalur kereta api Aras Kabu – Kuala Namu

Stasiun Araskabu (ARB) dan Stasiun Bandara Kuala Namu (KNM).

3) Jalur kereta api Tebing Tinggi – Kisaran

Stasiun Tebing Tinggi (TBI), Stasiun Lattador (LTD), Stasiun Bandartinggi (BDT), Stasiun Bahlias (BA), Stasiun Perlanaan (PRA),

Stasiun Limapuluh (LMP), Stasiun Dusun (DSU), Stasiun Seibejangkar (SBJ), Stasiun Bunut (BUU) dan Stasiun Kisaran (KIS).

4) Jalur kereta api Kisaran – Rantau Prapat

Stasiun Kisaran (KIS), Stasiun Hengelo (HL), Stasiun Telukdalam (TUK), Stasiun Puluraja (PUR), Stasiun Aekloba (AKB), Stasiun Membang Muda (MBM), Stasiun Situngir (SIR), Stasiun Pamingke (PME), Stasiun Padanghalaban (PHA), Stasiun Marbau (MBU) dan Stasiun Rantau Prapat (RAP).

5) Jalur kereta api Kisaran – Tanjung Balai

Stasiun Kisaran (KIS) dan Stasiun Tanjung Balai (TNB).

6) Jalur kereta api Tebingtinggi – Siantar

Stasiun Tebingtinggi (TBI), Stasiun Bajalingge (BJL), Stasiun Dolok Merangir (DMR) dan Stasiun Siantar (SIR).

7) Jalur kereta api Medan – Belawan

Stasiun Medan (MDN), Stasiun Pulu Brayan (PUB), Stasiun Titi Papan (TTP), Stasiun Labuhan (LBU) dan Stasiun Belawan (BLW).

8) Jalur kereta api Medan – Binjai

Stasiun Medan (MDN) dan Stasiun Binjai (BIJ).

9) Jalur kereta api Binjai – Besitang

Stasiun Binjai (BIJ), Stasiun Stabat, Stasiun Tanjung Selamat, Stasiun Pangkalan Brandan dan Stasiun Besitang.

10) Jalur kereta api Krueng Mane – Krueng Geukueh

Stasiun Krueng Geukueh (KEG), Stasiun Bungkaih (BKH) dan Stasiun Krueng Mane (KEM).

Gambar 4.1.2 Lokasi Stasiun Besar Medan pada Peta



Gambar 4.1.3 Stasiun Medan terlihat dari Jembatan Titi Gantung



Gambar 4.1.4 Peron Stasiun Medan terlihat dari jembatan penyebrangan menuju Stasiun KA Bandara



Gambar 4.1.5 Peron jalur layang Stasiun Medan



1) Armada Kereta Api

a) Kereta api penumpang

KA Sri Bilah (Rantau Prapat), KA Putri Deli (Tanjung Balai), KA Siantar Ekspres (Siantar), KA ARS (Stasiun Kualanamu), KRDI Sri Lelawangsa (Binjai) dan KRD Perintis Aceh.

b) Kereta Barang

KA ketel minyak tujuan Labuhan – Siantar dan Labuhan – Kisaran, KA *crude palm oil* relasi Belawan - Siantar dan Belawan – Rantau Prapat, KA kontainer tembakau Belawan – Dolokmerangir, dan KA kontainer sei mangkei relasi Perlanaan – Belawan.

B. Deskripsi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 3 pernyataan untuk variabel X_1 , 3 pernyataan untuk variabel X_2 , 3 pernyataan untuk variabel X_3 , dan 3 pertanyaan untuk variabel Y , di mana yang menjadi variabel X_1 adalah Harga Tiket Kereta Api, yang menjadi variabel X_2 adalah Kualitas Pelayanan, yang menjadi variabel X_3 adalah Pendapatan dan yang menjadi variabel Y adalah Permintaan Jasa Angkut Kereta Api Sri Bilah. Angket yang diberikan ini diberikan kepada 80 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan *skala Likert* berbentuk tabel ceklis. **Adapun sampel dalam penelitian adalah masyarakat yang menggunakan, baik yang berada di Stasiun maupun yang sedang didalam gerbong.**

Tabel 4.2.1
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangattidak setuju	1

Pada tabel di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X_1 , X_2 , X_3 yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel Harga Tiket Kereta Api, variabel Kualitas Pelayanan dan Pendapatan) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (Permintaan Jasa Angkut Kereta Api Sri Bilah). Dengan demikian skor angket dimulai dari skor 5 sampai 1.

1. Karakteristik Responden

Data-data yang telah diperoleh dari angket akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 80 orang. Adapun dari ke-80 responden tersebut identifikasi datanya disajikan penulis sebagai berikut.

Tabel 4.2.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	32	40
2	Perempuan	48	60
Jumlah	80	80	

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.2.2 di atas menunjukkan bahwa dari 80 responden terdapat 32 orang (40,0%) laki-laki, 48 orang (60,0%) perempuan. **Sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.**

Tabel 4.2.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	16-25 tahun	25	31,25
2	26-35 tahun	43	53,75
3	36 keatas	12	15
Jumlah	80	80	

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 80 responden yang diteliti, responden yang berusia 16-25 tahun adalah sebanyak 25 orang (31,25%). Responden yang berusia 26-35 tahun adalah sebanyak 43 orang (53,75%). Sedangkan responden yang berusia 36 tahun

keatas adalah sebanyak 12 orang (15%). **Sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 26 - 35 tahun.**

Tabel 4.2.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	34	42,5
2	Karyawan (Negeri/Swasta)	18	22,5
3	Wirausaha/Pedagang/Lainnya	28	35
Jumlah	80	80	

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 80 responden yang diteliti, responden yang berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa adalah sebanyak 34 orang (42,5%). Responden yang berprofesi sebagai Karyawan (Negeri/Swasta) adalah sebanyak 18 orang (22,5%). Responden yang berprofesi sebagai Wirausaha/Pedagang/Lainnya adalah sebanyak 28 orang (35%). **Sehingga dapat diketahui mayoritas responden adalah dari kalangan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 34 orang responden.**

2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Permintaan Jasa Angkut Kereta Api Sri Bilah (Y)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel Permintaan Jasa Angkut Kereta Api Sri Bilah diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.2.5

Skor Angket untuk Variabel Permintaan Jasa Angkut Kereta Api Sri Bilah (Y)

No. Per	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	11	13,8	48	60	16	20	5	6,3	0	0	80	100
2	10	12,5	40	50	21	26,3	8	10	1	1,3	80	100
3	14	17,5	46	57,5	16	20	4	5	0	0	80	100

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a) Jawaban responden tentang responden menggunakan jasa kereta api karena pelayanan yang responden peroleh sesuai dengan harapan/keinginan responden, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 60%.
- b) Jawaban responden tentang responden menggunakan transportasi kereta api sribilah karena pernah direkomendasikan oleh orang lain, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 50%.
- c) Jawaban responden tentang responden merekomendasikan transportasi kereta api kepada keluarga dan teman-teman responden setelah menggunakan jasa kereta api sri bilah, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 57,5%.

Dari hasil jawaban responden pada variable Permintaan dapat diketahui bahwa setelah menggunakan jasa kereta api sri bilah, responden tertarik menggunakan jasa kereta api karena pelayanan yang responden sesuai dengan

harapan/keinginan responden serta layak direkomendasikan kepada keluarga dan teman-teman responden.

b. Variabel Harga Tiket Kereta Api (X_1)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variable Harga Tiket Kereta Api diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.2.6

Skor Angket untuk Variabel Harga Tiket Kereta Api (X_1)

No. Per	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	11	13,8	59	73,8	5	6,3	5	6,3	0	0	80	100
2	8	10	63	78,8	3	3,8	6	7,5	0	0	80	100
3	15	18,8	64	80	0	0	1	1,3	0	0	80	100

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a) Jawaban responden tentang Harga tiket kereta api sesuai dengan jenis kelas yang ditawarkan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 73,8%.
- b) Jawaban responden tentang Harga tiket kereta api sebanding dengan pelayanan yang diperoleh, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 78,8%.

- c) Jawaban responden tentang Pada hari-hari tertentu diberikan diskon/potongan harga tiket kepada penumpang, responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 80%.

Dari hasil jawaban responden pada variable Harga Tiket Kereta Api dapat diketahui bahwa dengan penetapan harga yang disesuaikan dengan jenis kelasnya, serta pelayanan yang sesuai dengan harga. Selain itu, dengan pemberian diskon pada hari-hari tertentu oleh perusahaan, sehingga responden lebih senang menggunakan jasa kereta api dari pada transportasi darat jenis lain.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel harga tiket transportasi lain diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.2.7

Skor Angket untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

No. Per	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	12,5	57	71,3	7	8,8	4	5	2	2,5	80	100
2	11	13,8	42	52,5	21	26,3	5	6,3	1	1,3	80	100
3	31	38,8	41	51,25	5	6,3	2	2,5	1	1,25	80	100

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a) Jawaban responden tentang kondisi kursi membuat rasa nyaman pada penumpang, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 71,3%.
- b) Jawaban responden tentang Petugas serta Pramugara/i sangat cepat dalam menghadapi permasalahan penumpang, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 52,5%.
- c) Jawaban responden tentang tersedianya alat penanganan kecelakaan (pemadam kebakaran dan pemecah kaca), mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 51,25%.

Dari jawaban responden pada variable Kualitas Pelayanan dapat diketahui bahwa responden/penumpang menyukai kondisi kursi membuat rasa nyaman pada penumpang, Petugas serta Pramugara/i sangat cepat dalam menghadapi permasalahan penumpang ditambah tersedianya alat penanganan kecelakaan (pemadam kebakaran dan pemecah kaca.

d. Variabel Pendapatan (X₃)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel pendapatan diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.2.8
Skor Angket untuk Variabel Pendapatan (X₃)

No. Per	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	3	3,8	22	27,5	55	68,8	80	100
2	0	0	15	18,8	6	6	58	72,5	1	1,3	80	100
3	14	17,5	64	80	2	2,5	0	0	0	0	80	100

Sumber: Hasil data pengolahan SPSS (2020)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a) Jawaban responden tentang Responden pengguna jasa kereta api dengan tingkat pendapatan Rp. 0,- – Rp. 750.000,-/bulan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 1 (sangat tidak setuju) sebesar 68,8%.
- b) Jawaban responden tentang Responden pengguna jasa kereta api dengan tingkat pendapatan Rp. 750.000,- – Rp. 1.500.000,-/bulan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 2 (tidak setuju) sebesar 72,5%.
- c) Jawaban responden tentang Responden pengguna jasa kereta api dengan tingkat pendapatan \geq Rp. 1.500.000,-/bulan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 80%.

Dari jawaban responden pada variable Pendapatan dapat diketahui bahwa besar kecilnya pendapatan responden/penumpang sangat mempengaruhi pilihan responden/penumpang dalam memilih jenis transportasi apa yang akan digunakan.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Pada uji Validitas ini, setiap item pernyataan akan diuji validitasnya. Untuk mengetahui validitas setiap item dalam instrumen penelitian dapat dilihat melalui kolom r_{hitung} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka, pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} dengan $df = n - 2$ yaitu $80 - 2 = 78$, sehingga nilai r_{tabel} pada taraf signifikan 5% adalah 0,2199. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2199) maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.3.1

Uji Validitas Variabel

No.	Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Harga Tiket	X1.1	0,817	0,2199	Valid
	Kereta Api (X1)	X1.2	0,840		Valid
		X1.3	0,634		Valid
2	Kualitas	X2.1	0,783	0,2199	Valid
	Pelayanan (X2)	X2.2	0,689		Valid
		X2.3	0,251		Valid
3	Pendapatan (X3)	X3.1	0,868	0,2199	Valid
		X3.2	0,912		Valid
		X3.3	0,654		Valid
4	Permintaan	Y1	0,715	0,2199	Valid

	(Y)	Y2	0,597		Valid
		Y3	0,661		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2020

Dari Tabel 4.3.1 di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung indikator pertanyaan lebih besar dari r table dengan $N = 78$ pada signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) ditemukan nilai r table sebesar 0,2199 yang berarti tiap-tiap indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel harga, kualitas pelayanan, pendapatan dan permintaan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Cronbach's Alpha*. Apabila *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel atau dapat dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang dibagikan kepada responden, diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.3.2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Harga Tiket Kereta Api	0,827	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,666	Reliabel
3	Pendapatan	0,830	Reliabel
4	Permintaan	0,764	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2020

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pengukur variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

D. Uji Asumsi Klasik

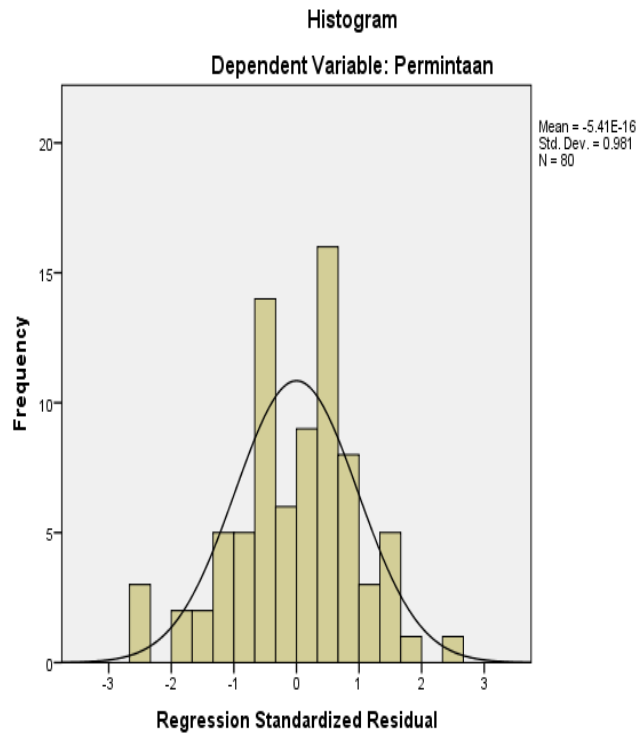
1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan lonceng, data baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan.

Pendekatan Histogram

Gambar 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Pendekatan Histogram



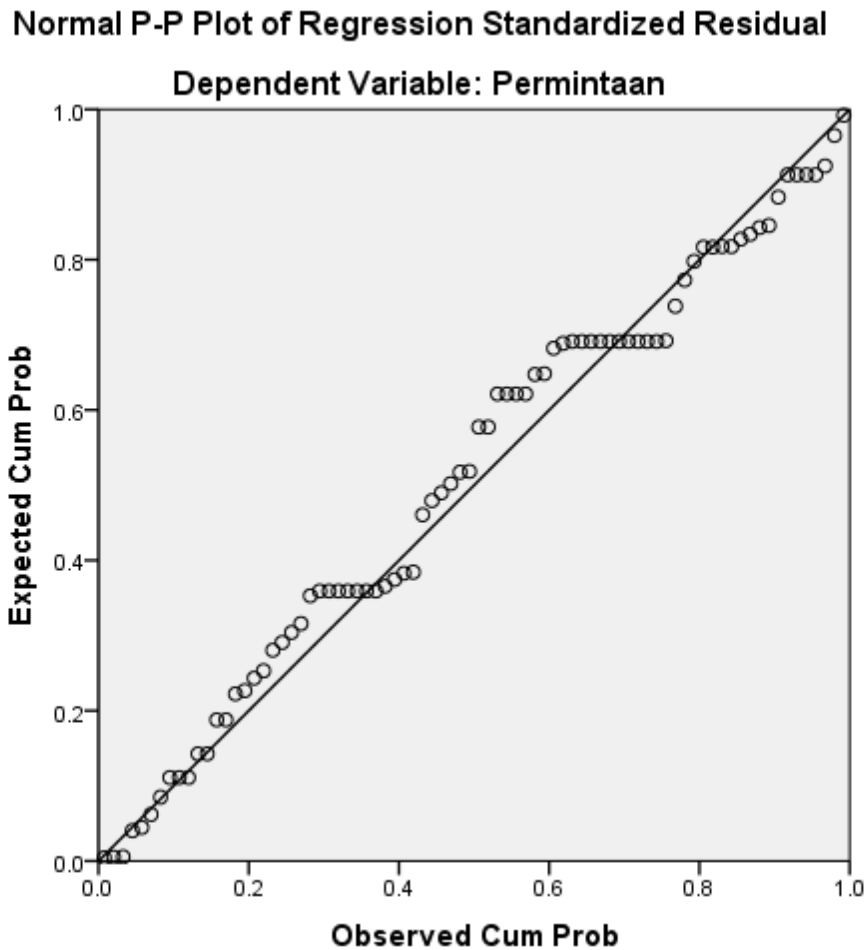
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan gambar 4.3.1 dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal, hal ini ditunjukkan oleh distribusi data yang terbentuk lonceng dan tidak melenceng ke kiri dan ke kanan.

Pendekatan Grafik

Gambar 4.3.2 Hasil Uji Normalitas

Pendekatan Grafik



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan gambar 4.3.2 menunjukkan bahwa pada *Scatter Plot* terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis residual penelitian normal. Namun untuk lebih memastikan bahwa disepanjang garis diagonal berdistribusi normal, maka dilakukan Uji Komogorov-Smirnov (K-S).

Pendekatan *Kolmogrov-Smirnov*

Uji *Kolmogrov-Smirnov* yaitu pedoman pengambilan keputusan tentang data distribusi normal berdasarkan uji statistic dengan menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov Z* yang dapat dilihat dari kriteria berikut :

- a. Jika nilai *Asymp.sig (2 tailed)* $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika Nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* $< 1,97$ data dikatakan normal.

Tabel 4.3.3

Hasil Uji Normalitas

Pendekatan *Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14047721
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.067
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Pada tabel hasil pengolahan data primer diatas dapat dilihat besarnya perolehan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0. 052. Artinya perolehan ini lebih besar dari 0,05 dan untuk nilai *Komogrov-Smirnoz Z* atau Tes Statistic adalah 0,099 dimana angka ini lebih

kecil dibandingkan nilai ketetapan 1,97. Dengan demikian, uji statistik telah memenuhi kedua kriteria yang dipersyaratkan dan data dapat dikatakan berdistribusi serta memenuhi asumsi normalitas.

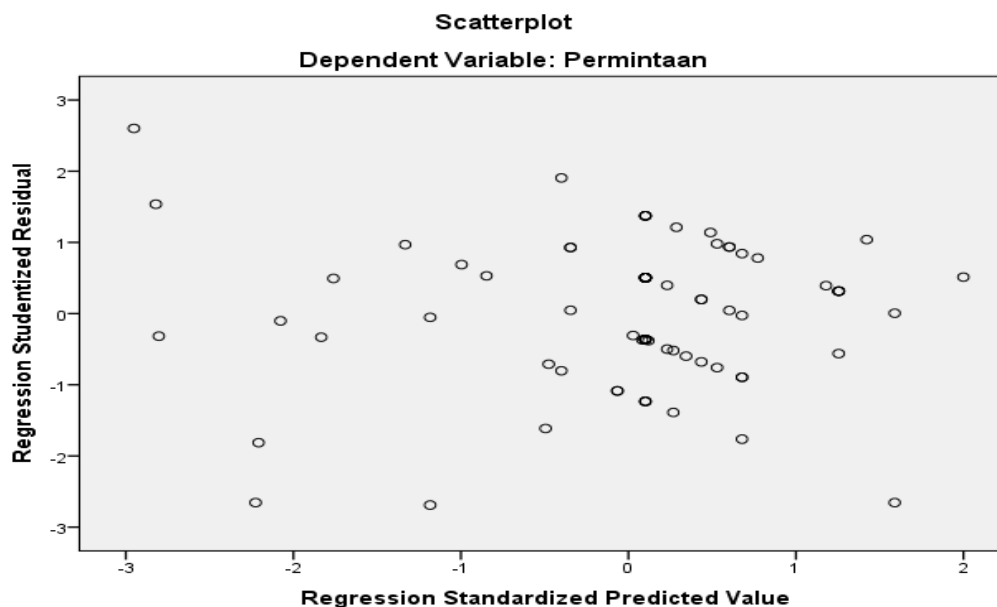
2. Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji heterokedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang heterokedastisitas atau tidak heterokedastisitas. Uji Heterokedastisitas dilakukan melalui metode analisis grafik yaitu grafik *Scatterplot*, dimana tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.

Gambar 4.3.3

Hasil Uji Heterokedastisitas

Grafik *Scatterplot*



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan Gambar 4.3.3 dapat terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh kare itu, model regresi dikatakan tidak mengalami *Scatterplot*.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala Multikolinearitas pada data dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi value dan Varians Inflation Faactor (VIF). Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila $VIF > 5$ maka diduga mempunyai persoalan Multikolinearitas.
2. Apabila $VIF < 5$ maka tidak terdapat Multikolinearitas.
3. Apabila $tolerance < 0,1$ maka di duga mempunyai persoalan Multikolinearitas.
4. Apabila $tolerance > 0,1$ maka tidak terdapat Multikolinearitas.

Tabel 4.3.4

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tollerance	VIF
(Constant)		
Harga Tiket Kereta Api	.671	1.491
Harga Tiket Transportasi Lain	.987	1.014
Pendapatan	.664	1.507

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22, 2021

Pada Tabel 4.3.4 terlihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas adalah lebih besar dari nilai ketetapan 0,1 dan nilai VIF semua variabel bebas adalah lebih kecil dari 5. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini dikatakan tidak mengalami masalah Multikolinearitas.

E. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variable Harga Tiket Kereta Api (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Pendapatan (X_3) terhadap Permintaan Jasa Angkut (Y) pada Kereta Api Sri Bilah. Adapun hasil koefisien regresi linear berganda dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.3.5

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.318	2.186		3.347	.001
	Harga	.611	.113	.557	5.422	.000
	Kualitas Pelayanan	.177	.095	.158	1.863	.006
	Pendapatan	.158	.107	.152	1.468	.146

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan regresi berganda yang ditunjukkan dalam table 4.3.5 maka dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 7.318 + 0,611X_1 \text{ (Harga Tiket Kereta Api)} + 0,177 X_2 \text{ (Kualitas Pelayanan)} + 0,158X_3 \text{ (Pendapatan)} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 3,105, ini menyatakan Harga Tiket Kereta Api, Harga Tiket Transportasi Lain, dan Pendapatan secara keseluruhan mempengaruhi variabel Permintaan Jasa Angkut (Y) secara positif.

2. Koefisien Harga Tiket Kereta Api (X_1) = 0,611, artinya apabila Harga Tiket Kereta Api (X_1) meningkat sebesar satu satuan maka Permintaan Jasa Angkut (Y) akan bertambah sebesar 0,611.
3. Koefisien Kualitas Pelayanan (X_2) = 0,177, artinya apabila Kualitas Pelayanan (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Permintaan Jasa Angkut (Y) akan bertambah 0,177.
4. Koefisien Pendapatan (X_3) = 0,158, artinya apabila Koefisien Pendapatan (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Permintaan Jasa Angkut (Y) akan bertambah 0,158.

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan berpengaruh positif terhadap Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah artinya peningkatan masing-masing variabel akan diikuti dengan peningkatan Permintaan Jasa Angkut. Dengan demikian, Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan akan mempengaruhi Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah.

Berdasarkan hasil regresi tersebut juga dapat diketahui faktor yang paling dominan mempengaruhi Permintaan Jasa Angkut, yakni Harga Tiket Kereta Api (X_1) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,611 kemudian diikuti dengan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,177 lalu diikuti dengan variable Pendapatan (X_3) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,158.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah Harga Tiket Kereta Api (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Pendapatan (X_3) secara parsial atau masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut (Y) pada Kereta Api Sri Bilah. Uji-t dapat dilihat apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji-t juga dapat dilihat berdasarkan tingkat signifikansi, yaitu apabila nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (Sig. $< \alpha 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Nilai dengan $df = n - k$ yaitu $80 - 4 = 76$, sehingga nilai pada taraf signifikan 5% yaitu t_{tabel} adalah 1,665. Hasil uji-t dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 4.3.6

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.318	2.186		3.347	.001
	Harga	.611	.113	.557	5.422	.000
	Kualitas Pelayanan	.177	.095	.158	1.863	.000
	Pendapatan	.158	.107	.152	1.468	.146

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan table 4.3.6 diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga Tiket Kereta Api sebesar 5,422 dengan signifikansi sebesar 0,000 sedangkan t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ adalah 1,665. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (5.422) > t_{tabel} (1,665)$ dan nilai probability $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan

- H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga Tiket Kereta Api (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1,863 dengan signifikansi sebesar 0,006 sedangkan t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ adalah 1,665. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} (1,863) $>$ t_{tabel} (1,665) dan nilai probability 0,000 $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut.
 3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Pendapatan sebesar 1,468 dengan signifikansi sebesar 0,146 sedangkan t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ adalah 1,665. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} (1,468) $<$ t_{tabel} (1,665) dan nilai probability 0,146 $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pendapatan (X_3) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji-f)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh atau hubungan positif dan signifikansi variabel bebas (X_1, X_2, X_3) berupa Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan terhadap variabel terikat (Y) berupa Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah. Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Uji-f juga dapat dilihat berdasarkan tingkat signifikansi, yaitu apabila nilai probabilitas yang dihitung $<$ 0,50 (Sig. $<$ α 0,50), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, apabila probabilitas yang dihitung $>$ 0,50 (Sig. $<$ α 0,50) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) sebanyak 80 responden dan jumlah keseluruhan variabel (k) sebanyak 4, sehingga diperoleh:

$$1. \text{ df (pembilang)} = k - 1$$

$$4 - 1 = 3$$

$$2. \text{ df (penyebut)} = n - k$$

$$80 - 4 = 76$$

Nilai f_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ adalah 2,72. Sedangkan nilai f_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program statistic yang dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.3.7

Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.433	3	29.478	21.803	.000 ^b
	Residual	102.754	76	1.352		
	Total	191.188	79			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22, 2021

Berdasarkan table 4.3.7 diatas dapat dilihat bahwa f_{hitung} sebesar 21,803 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan f_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 2,72. Maka, $f_{\text{hitung}} (21,803) > f_{\text{tabel}} (2,72)$ dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (bebas) yaitu, Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan berpengaruh secara serempak terhadap variabel dependen (terkait) yaitu Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah. Dengan demikian, variabel Harga Tiket Kereta Api, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan dapat meningkatkan Permintaan Jasa Angkut. Namun, apabila salah satu variabel menurun atau meningkat, maka juga dapat menurunkan atau meningkatkan Permintaan Jasa Angkut.

3. Koefisien Determinasi R²**Tabel 4.3.8****Hasil Uji Koefisien Determinasi R²**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.463	.441	1.163

a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 22, 2021

Nilai R sebesar 0,680 berarti hubungan antara Harga Tiket Kereta Api (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Pendapatan (X₃) terhadap Permintaan Jasa Angkut (Y) sebesar 0,869. Artinya hubungan antar variabel tergolong erat.

Nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,463 atau sama dengan 46,3% yang artinya bahwa Variabel Harga (X₁), Variabel Kualitas Pelayanan (X₂), dan Variabel Pendapatan (X₃) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Variabel Permintaan (Y) sebesar 46,3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

G. Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Harga Tiket Kereta Api Terhadap Permintaan Jasa Angkut Pada Kereta Api Sri Bilah

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, secara parsial ada pengaruh Harga terhadap Permintaan dengan nilai $t_{hitung} (5.422) > t_{tabel} (1,665)$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ berarti H_0 ditolak (H_a dierima), hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh Harga terhadap Permintaan jasa kereta api sribilah.

Hasil penelitian di atas telah sesuai dengan penelitian Fitria Wahyu Anggraini dan Retna Ngesti S (2014) bahwa menciptakan kesan menjadi salah satu karakteristik dasar dalam orientasi pemasaran modern yaitu lewat pemberian perhatian lebih terhadap harga. Implikasi dari hal tersebut menjadikan harga adalah salah satu kekuatan pemasaran. Dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa tinggi rendahnya suatu harga mempengaruhi Permintaan Pelanggan terhadap jasa Kereta Api.

Berdasarkan perhitungan dengan SPSS diperoleh hasil korelasi antara Harga dengan Permintaan sebesar 0,611 atau 61,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan adanya hubungan Harga terhadap Permintaan jasa kereta api sribilah. Hal ini menunjukkan sekitar 61,1% variabel Y (Permintaan) dapat dijelaskan oleh variabel Harga (X1), atau secara praktis dapat dikatakan bahwa kontribusi Harga (X1) terhadap variabel Permintaan (Y) adalah 61,1%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Adapun pengertian dari harga menurut Philip Kotler yakni jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Sedangkan menurut Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari variabel permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari variabel ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Angkut Pada Kereta Api Sri Bilah

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Permintaan dari tabel di atas diperoleh $t_{hitung} (1,863) > t_{tabel} (1,665)$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak (H_a

diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Permintaan jasa kereta api sribilah.

Hasil penelitian ini telah sesuai dengan teori penelitian yang dilakukan oleh Jumaidah Hijriyani (2018) yang menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan sangat mempengaruhi Permintaan, kualitas pelayanan adalah hal yang paling utama dan yang paling penting untuk sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan perhitungan dengan SPSS diperoleh hasil korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Permintaan sebesar 0,177 atau 17,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan adanya hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Permintaan pada jasa kereta api sribilah. Hal ini menunjukkan sekitar 17,7% variabel Y (Permintaan) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X2), atau secara praktis dapat dikatakan bahwa kontribusi Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Permintaan (Y) adalah 17,7%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Jasa Angkut Pada Kereta Api Sri Bilah

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan dari tabel di atas diperoleh $t_{hitung} (1,468) < t_{tabel} (1,665)$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,146 > 0,05$ berarti H_0 diterima (H_a ditolak), hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan jasa kereta api sribilah.

Berdasarkan perhitungan dengan SPSS diperoleh hasil korelasi antara Pendapatan dengan Permintaan sebesar 0,158 atau 15,8%. Dengan demikian dapat disimpulkan

adanya hubungan Pendapatan terhadap Permintaan pada jasa kereta api sribilah. Hal ini menunjukkan sekitar 15,8% variabel Y (Permintaan) dapat dijelaskan oleh variabel Pendapatan (X3), atau secara praktis dapat dikatakan bahwa kontribusi Pendapatan (X3) terhadap variabel Permintaan (Y) adalah 15,8%.

Dimana hal ini mengindikasikan bahwa variabel Pendapatan dapat meningkatkan Permintaan Jasa Angkut. Jika pendapatan penumpang tinggi, maka sebagian penumpang yang peneliti teliti lebih memilih transportasi Kereta Api, serta mendukung penelitian Citra Hilda Karissa (2011).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa variabel Harga Tiket Kereta Api berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji-t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga Tiket Kereta Api berpengaruh terhadap Permintaan Jasa Angkut secara parsial dan signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah. Hal ini dikarenakan tinggi rendahnya suatu harga mempengaruhi Permintaan Pelanggan terhadap jasa Kereta Api.
2. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji-t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini dikarenakan, selain Harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik juga menjadi salah satu alasan untuk pengguna menggunakan jasa KA.

3. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa variabel Pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Permintaan Jasa Angkut pada Kereta Api Sri Bilah telah dibuktikan melalui hasil pada uji hipotesis dengan menggunakan analisis uji- t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini dikarenakan peneliti melihat sebagian besar penumpang transportasi Kereta Api Sri Bilah adalah mereka yang berpendapatan tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini sebagai usaha untuk mengetahui secara mendalam dan ingin menambah wawasan mengenai perilaku konsumen dan dunia pemasaran khususnya mengenai harga tiket KA, kualitas pelayanan, dan pengaruhnya terhadap permintaan jasa KA yang diaktualisasikan dengan didasarkan pada pengetahuan teoritis yang diperoleh pada bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi PT. Kereta Api Indonesia Divre I Medan dalam menyusun kebijakan dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan harga tiket KA serta peningkatkan pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Islam, Cet. 1*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2001.
- Al-Arif, M. Nur Rianto, et. al. *Dasar-dasar Ekonomi Islam, Cet. 1*. Solo: Era Adicitra Intermedia. 2010.
- Al-'Audi, Rifa'at. *Min al-Turats: al-Iqtishad li al-Muslimin, Cet. 4*. Mekkah: Rabithah 'Alam a-Islami. 1985.
- Ar Rifa'i, Muhamad Nasib. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir: Jilid 1*, Jakarta: Gema Insani Press. 1999.
- Asyari. *Kamus Istilah Ekonomi Syari'ah*. Padang: PT. Al-Ma'arif. 2003.
- Azwar, Saifuddin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UINSU Press. 2016.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro. 2005.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi: Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam, Cet. 1*. Bandung: Pustaka Setia. 2014.
- Harahap, Isnaini dkk. *Hadis-hadis Ekonomi*. (Medan: Wal Ashri Publishing, 2014).
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Hejazziey, Djawahir. "Mekanisme Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam", dalam Jurnal Ilmiah Bidang Keagamaan dan Kemasyarakatan. 2011.

- Imsar. *Buku Diktat Ekonomi Mikro Islam II*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU. 2018.
- Islahi, A. A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah: Ansyari Thayib*. Jakarta: PT. Bina Ilmu Offset. 1997.
- J, Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Jalaluddin, Imam dan Abdurrahman As-Suyuti. *Al Asyibah Wan Nadho'ir Fi Qawa'idi Wa Furu'i Fiqhis Syafi'iyah: Cet. 2 Muhaqqiq Markas Kajian Dan Pembahasan Di Maktabah Nazzar Al-Baz*, Riyadh: Maktabah Nazzar Al-Baz . 1997.
- Karim, Adiwarmans Azhar. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer, Cet. 1*. Jakarta: Gema Insani. 2001.
- Kasmir. *Kewirausahaan Ed. Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Katsir, Ibnu. *Tafsir Al-Quran Al-Azhim, Jus 4*. Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2001.
- _____. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*,. Jakarta: IIIT Indonesia. 2003.
- _____. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: IIIT Indonesia. 2003.
- _____. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Edisi 3: Cet. 2*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2004.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2001.
- _____. *Manajemen Pemasaran Jilid II, Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks. 2005.
- _____. *"Marketing Mix: Bauran Pemasaran"*. Digilib.unpas.ac.id: Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis. 2012.

Manan, M. Abdul. *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa. 1997.

Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam, Cet. 1*. Yogyakarta: BPFE. 2004.

_____. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali. 2008.

Nashiruddin, Syaikh Muhammad. *Shahih At-Taghrib Wa At-Tarhib: Hadits-Hadits Shahih Tentang Anjuran dan Janji Pahaa, Ancaman dan Dosa, Tim Pustaka Sahifa: Cet. 2*. Jakarta: Pustaka Sahifa. 2008.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana. 2012.

P3EI. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajawali Pers. 2013.

Peter dan Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Edisi ke-4*, Jakarta: Salemba Empat. 1999.

Priyanto, Duwi. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2009.

_____. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom. 2011.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam, Cet. 6*. Jakarta: Rajawali Pers. 2004.

Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat 2001.

- Ratminto dan Winarsih Atik Septi. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar 2005.
- Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia, Edisi 1: Cet. 2*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Salim, H. Abbas. *Manajemen Transportasi: Biaya Tarif Angkutan dan Pembentukan Harga*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2000.
- Sanusi, Anwar. *Metodoogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2012.
- Sudarsono. *Teori Ekonomika Mikro*. Yogyakarta: BPFE. 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar: Edisi 3*. Jakarta: Raja Grafindo. 2006.
- Supranto. *Pengukuran Tingkat Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2001.
- Swastha, Basu DH. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE. 2006.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Telaah atas Simpul-simpul Ekonomi dan Bisnis dalam Al-Qur'an*. (Medan: FEBI UINSU PRESS, 2016).
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua: Cet. 6*. Yogyakarta: Penerbit Andy. 2001.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2011.
- Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang “Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”.

Utomo, Setiawan Budi. *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani. 2003.

Skripsi

Adiatma, Dapot dan Medi S. Surbakti. *Analisis Pemilihan Moda Kereta Api Dan Bus (Studi Kasus: Medan-Pematang Siantar)*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, 2016).

Angraini, Fitria Wahyu dan Retna Ngesti S. *Analisis Trend Jumlah Penumpang Kaitannya Harga Tiket Pada Kereta Api Logawa Tahun 2011 – 2013 DAOP IX Jember*. (Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jember, 2014).

Darmanto, Abdul (2014). *Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyebrangan antar Pulau di Kota Raha*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2014).

Hasibuan, Putri Handayani. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Damri di Bandara Soekarno – Hatta (Studi Kasus terhadap Pengguna Jasa Damri Bandara Soekarno – Hatta)*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2016).

Hijriah, Jumaidah. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Sri Bilah Kelas Eksekutif di PT. Kereta Api Indonesia Divre I Medan*. (Sripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2018).

Indrashanty, Anzy dan Suci Putri Primadiyanti. *Potensi Permintaan Penggunaan Kereta Api Stasiun Tebing Tinggi*. (Skripsi , Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara 2016).

Indriani, Tia. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api (Survei pada Penumpang Keréta Api Ciremai Ekspres Rute Bandung – Cirebon, PP)*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung, 2015).

Karissa, Citra Hilda. *Analisis Permintaan Jasa Kereta Api (Studi Kasus: Kereta Api Eksekutif Harina Trex Semarang-Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria Trex Semarang-Jakarta.,* (Skripsi,Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011).

Muqtadir, Achmad. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Kota Di Kabupaten Pangkep*. (Skripsi , Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar, 2016).

Pujianto, Teguh. *Analisis Pemilihan Moda Transportasi Penumpang Antara Bus dan Kereta Api Rute Purwodadi-Semarang*. (Skripsi, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2016).

Jurnal

An I'm, F. “*Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Islam*”, dalam Jurnal Penelitian Manajemen Vol. II No. 3, Oktober 2017.

Elvira, Rini. *Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam)*, dalam urnal Islamika Vol. 15 No. 1, Tahun 2015.

Farida, Ulfa Jamilatul. "*Telaah Kritis Pemikiran Ekonomis Islam Terhadap Mekanisme Pasar dalam Konteks Ekonomi Islam*", dalam *Jurnal Ekonomi Islam La_Riba* Vol. VI No. 2, Desember 2012.

Sudiarti, Sri. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Dinamika Motor Tasikmalaya* dalam *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*. 2018.

Website

Fahrus, Setiyawan. "*Teori Permintaan Islami*".

<http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/12471/06bab2Rahmawati100102>

11015skr2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y, diunduh pada tanggal 27 Februari 2020.

LAMPIRAN 1

KUISIONER UNTUK PENGGUNA JASA KERETA API

KUISIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Kuisisioner ini bertujuan untuk mendapatkan data-data penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan. Sebelum mengisi mohon dibaca dengan seksama petunjuk pengisian. Pastikan Bapak/Ibu/Saudara dan Saudari mengerti dengan baik sebelum mulai mengisi kuisisioner ini. Jawablah sesuai dengan persepsi dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara ketahui. Survey ini bukanlah tes, sehingga tidak ada jawaban yang salah. Mohon Bapak/Ibu/Saudara mengisi setiap butir pernyataan dalam survey ini sehingga hasilnya bisa diolah dan dianalisis.

Peneliti,

Ika Sri Wahyuni

Kuisisioner

Pengaruh Harga Tiket Kereta Api dan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Kereta Api (Survey pada Penumpang Kereta Api Sri Bilah)

Nama	
Jenis Kelamin	
Usia	
Pekerjaan	
Jenis Kereta Yang Digunakan	
Alasan Perjalanan	

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti sebelum anda menjawabnya.
2. Checklist (√) salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat anda ditempat yang disediakan. Jawaban dari kuisisioner ini tidak berhubungan dengan benar atau salah.
3. Peneliti sangat berharap agar semua pernyataan dijawab, karena setiap pernyataan aling berhubungan.

Keterangan :

Sangat Tidak Setuju = STS

Tidak Setuju = TS

Kurang Setuju = KS

Setuju = S

Sangat Setuju = SS

Terimakasih penulis ucapkan atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuisisioner ini.

A. Variabel Independen (X)

1. Harga Tiket Kereta Api (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga tiket kereta api sesuai dengan jenis kelas yang ditawarkan.					
2.	Harga tiket kereta api sebanding dengan pelayanan yang diperoleh					
3.	Pada hari-hari tertentu diberikan diskon/potongan harga tiket kepada penumpang					

2. Kualitas Pelayanan (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kondisi kursi membuat rasa nyaman pada penumpang					
2.	Petugas serta Pramugara/i sangat cepat dalam menghadapi permasalahan penumpang					
3.	Tersedianya alat penanganan kecelakaan (pemadam kebakaran dan pemecah kaca)					

3. Pendapatan (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya pengguna jasa kereta api dengan tingkat pendapatan Rp. 0,- – Rp. 750.000,-/bulan					
2.	Saya pengguna jasa kereta api dengan tingkat pendapatan Rp. 750.000,- – Rp. 1.500.000,-/bulan					

3.	Saya pengguna jasa kereta api dengan tingkat pendapatan \geq Rp. 1.500.000,-/bulan					
----	--	--	--	--	--	--

B. Variabel Devenden (Y)

Permintaan Jasa Kereta Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Angkutan Kereta Api

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan jasa kereta api karena pelayanan yang saya peroleh sesuai dengan harapan/keinginan saya					
2.	Saya menggunakan tranfortasi kereta api sribilah kerana saya pernah direkomendasikan oleh orang lain					
3.	Saya merekomendasikan transportasi kereta api kepada keluarga dan teman-teman saya					

LAMPIRAN 2

HASIL JAWABAN RESPONDEN (DATA MENTAH)

Harga Tiket Kereta Api (X_1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3
1.	4	5	4
2.	4	4	4
3.	4	4	4
4.	4	4	4
5.	4	4	5
6.	4	4	4
7.	4	5	4
8.	5	5	4
9.	5	4	5
10.	4	4	4
11.	4	4	4
12.	3	4	4
13.	5	4	4
14.	5	4	5
15.	5	4	5
16.	4	4	5
17.	4	4	4
18.	4	4	4
19.	4	4	5
20.	4	4	5
21.	4	4	5
22.	5	4	4
23.	5	4	4
24.	4	5	4
25.	4	4	4
26.	4	4	4

27.	5	4	5
28.	5	4	5
29.	5	5	5
30.	4	5	5
31.	4	4	4
32.	4	5	5
33.	4	4	4
34.	4	4	5
35.	3	3	4
36.	4	4	4
37.	3	2	4
38.	2	3	4
39.	4	4	4
40.	3	2	4
41.	4	4	4
42.	4	4	4
43.	4	5	5
44.	4	4	4
45.	4	4	4
46.	2	4	4
47.	5	4	4
48.	4	4	4
49.	4	4	4
50.	4	4	4
51.	4	2	4
52.	2	3	4
53.	4	4	4
54.	4	4	4
55.	4	4	4
56.	4	4	4
57.	4	4	4
58.	4	4	4

59.	4	4	4
60.	3	4	4
61.	4	4	4
62.	4	4	4
63.	4	4	4
64.	4	4	4
65.	4	4	4
66.	4	4	4
67.	4	4	4
68.	4	4	4
69.	4	4	4
70.	4	4	4
71.	4	4	4
72.	4	4	4
73.	4	4	4
74.	4	4	4
75.	4	4	4
76.	4	4	4
77.	4	4	4
78.	4	2	2
79.	2	2	4
80.	2	2	4

Kualitas Pelayanan (X₂)

No.	X2.1	X2.2	X2.3
1.	4	3	5
2.	4	3	5
3.	5	3	5
4.	5	5	2
5.	4	4	4
6.	4	3	5

7.	4	3	5
8.	4	4	4
9.	4	4	4
10.	5	5	5
11.	4	3	5
12.	4	3	5
13.	4	3	5
14.	3	4	3
15.	4	4	4
16.	4	3	5
17.	5	5	5
18.	5	5	5
19.	5	5	5
20.	4	4	4
21.	4	4	4
22.	4	4	4
23.	2	2	5
24.	4	4	4
25.	4	3	5
26.	4	3	5
27.	3	4	3
28.	4	4	4
29.	3	5	3
30.	4	5	2
31.	4	3	4
32.	4	5	5
33.	4	3	3
34.	4	5	5
35.	4	3	4
36.	4	3	4
37.	4	3	5
38.	3	3	5

39.	4	4	4
40.	4	3	5
41.	5	5	5
42.	4	4	4
43.	4	4	4
44.	4	4	4
45.	2	2	5
46.	4	5	5
47.	4	4	4
48.	4	4	4
49.	4	3	5
50.	3	4	3
51.	4	3	4
52.	4	3	4
53.	4	4	4
54.	5	4	4
55.	4	4	4
56.	4	4	4
57.	1	1	5
58.	2	2	5
59.	4	4	4
60.	4	2	5
61.	4	4	4
62.	4	4	4
63.	4	4	4
64.	4	4	4
65.	3	4	5
66.	4	4	4
67.	4	4	4
68.	4	4	4
69.	5	4	1
70.	4	4	4

71.	4	4	4
72.	2	2	5
73.	4	4	4
74.	4	4	4
75.	4	4	4
76.	3	4	4
77.	1	4	5
78.	4	4	4
79.	4	4	4
80.	5	4	4

Pendapatan (X_3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3
1.	1	2	4
2.	1	2	4
3.	1	2	4
4.	1	2	4
5.	1	2	4
6.	1	2	4
7.	1	2	4
8.	1	2	4
9.	1	2	4
10.	2	4	5
11.	2	3	5
12.	1	2	4
13.	2	4	4
14.	1	2	4
15.	1	2	4
16.	1	2	4
17.	1	2	4
18.	1	2	4

19.	2	2	4
20.	2	4	5
21.	2	3	5
22.	1	2	4
23.	1	2	4
24.	1	3	4
25.	1	2	4
26.	1	2	4
27.	1	2	4
28.	1	2	4
29.	1	2	4
30.	1	2	4
31.	1	2	4
32.	2	2	4
33.	1	2	4
34.	1	2	4
35.	1	4	5
36.	1	2	4
37.	2	4	5
38.	2	4	3
39.	1	1	5
40.	2	4	4
41.	2	4	4
42.	1	2	4
43.	1	2	4
44.	1	2	4
45.	1	2	4
46.	2	3	5
47.	2	2	4
48.	1	2	4
49.	1	2	4
50.	1	2	4

51.	2	4	3
52.	3	4	5
53.	1	2	4
54.	1	2	4
55.	1	2	4
56.	1	2	4
57.	2	4	4
58.	1	2	4
59.	1	2	4
60.	3	2	4
61.	1	2	4
62.	2	3	5
63.	1	2	4
64.	1	2	4
65.	1	2	4
66.	1	2	4
67.	1	2	4
68.	2	4	5
69.	1	2	4
70.	1	2	4
71.	1	2	4
72.	1	2	4
73.	1	2	4
74.	1	2	4
75.	2	3	5
76.	2	2	4
77.	2	2	4
78.	2	4	5
79.	3	4	5
80.	2	4	4

Permintaan Jasa Kereta Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Angkutan Kereta Api (Y)

No.	Y 1	Y 2	Y3
1.	4	3	3
2.	5	3	4
3.	4	3	3
4.	4	4	4
5.	3	4	4
6.	3	3	5
7.	4	3	4
8.	5	4	4
9.	5	4	4
10.	4	3	4
11.	4	3	4
12.	3	3	4
13.	5	1	5
14.	3	4	3
15.	5	4	4
16.	4	3	5
17.	3	5	2
18.	4	5	4
19.	3	4	4
20.	4	4	3
21.	4	4	4
22.	5	4	4
23.	5	4	4
24.	4	4	3
25.	3	5	2
26.	4	3	4
27.	5	4	4
28.	5	4	4
29.	5	5	4
30.	4	5	5

31.	3	3	4
32.	4	5	4
33.	4	3	4
34.	4	3	4
35.	3	4	4
36.	4	4	3
37.	2	2	2
38.	4	2	4
39.	4	4	4
40.	3	3	3
41.	4	3	4
42.	4	4	5
43.	4	3	5
44.	4	4	5
45.	4	4	5
46.	2	5	2
47.	5	4	4
48.	4	4	3
49.	4	3	4
50.	4	4	4
51.	4	2	4
52.	2	2	3
53.	4	4	4
54.	4	3	3
55.	3	4	4
56.	4	4	4
57.	4	5	4
58.	4	4	5
59.	4	4	4
60.	2	2	3
61.	3	4	4
62.	4	4	4

63.	4	4	4
64.	4	4	4
65.	4	3	3
66.	4	3	3
67.	4	4	5
68.	2	4	3
69.	4	4	4
70.	4	4	3
71.	3	5	4
72.	3	4	5
73.	4	4	4
74.	4	4	5
75.	3	4	5
76.	4	3	4
77.	4	5	4
78.	3	2	3
79.	4	2	5
80.	4	2	4

LAMPIRAN 3

HASIL PENGOLAHAN DATA DENGAN SPSS 22

Hasil Uji Validitas

Harga Tiket Kereta Api (X₁)

		Correlations			
		Harga	Harga	Harga	Harga
Harga	Pearson Correlation	1	.509**	.267*	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.000
	N	80	80	80	80
Harga	Pearson Correlation	.509**	1	.379**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	80	80	80	80
Harga	Pearson Correlation	.267*	.379**	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.017	.001		.000
	N	80	80	80	80
Harga	Pearson Correlation	.817**	.840**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

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

Kualitas Pelayanan (X₂)

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.517**	-.171	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.129	.000
	N	80	80	80	80
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.517**	1	-.361**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	80	80	80	80
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	-.171	-.361**	1	.251*
	Sig. (2-tailed)	.129	.001		.025
	N	80	80	80	80
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.783**	.689**	.251*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.025	
	N	80	80	80	80

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

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

Pendapatan (X₃)

Correlations

		Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan	Pendapatan
Pendapatan	Pearson Correlation	1	.700**	.421**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
Pendapatan	Pearson Correlation	.700**	1	.397**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
Pendapatan	Pearson Correlation	.421**	.397**	1	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
Pendapatan	Pearson Correlation	.868**	.912**	.654**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

Permintaan Jasa Kereta Api atau Keputusan Menggunakan Jasa Angkutan Kereta Api

(Y)

		Permintaan	Permintaan	Permintaan	Permintaan
Permintaan	Pearson Correlation	1	.084	.385**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.456	.000	.000
	N	80	80	80	80
Permintaan	Pearson Correlation	.084	1	-.014	.597**
	Sig. (2-tailed)	.456		.899	.000
	N	80	80	80	80
Permintaan	Pearson Correlation	.385**	-.014	1	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.899		.000
	N	80	80	80	80
Permintaan	Pearson Correlation	.715**	.597**	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

Hasil Uji Reliabilitas

Harga Tiket Kereta Api (X₁)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.812	.846	4

Kualitas Pelayanan (X₂)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.666	.614	4

Pendapatan (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.885	4

Permintaan Jasa Kereta Api atau Keputusan Menggunakan Jasa Angkutan Kereta Api (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.739	.731	4

Ditribusi Frekuensi

Variabel X1

Item 1

Statistics

Harga

N	Valid	80
	Missing	0

Harga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	6.3	6.3	6.3
Kurang Setuju	5	6.3	6.3	12.5
Setuju	59	73.8	73.8	86.3
Sangat Setuju	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Item 2

Statistics

Harga

N	Valid	80
	Missing	0

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.5	7.5	7.5
	Kurang Setuju	3	3.8	3.8	11.3
	Setuju	63	78.8	78.8	90.0
	Sangat Setuju	8	10.0	10.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 3

Statistics

Harga

N	Valid	80
	Missing	0

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Setuju	64	80.0	80.0	81.3
	Sangat Setuju	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Variabel X2

Item 1

Statistics

Kualitas Pelayanan

N	Valid	80
	Missing	0

Kualitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.5	2.5	2.5
	Tidak Setuju	4	5.0	5.0	7.5
	Kurang Setuju	7	8.8	8.8	16.3
	Setuju	57	71.3	71.3	87.5
	Sangat Setuju	10	12.5	12.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 2

Statistics

Kualitas Pelayanan

N	Valid	80
	Missing	0

Kualitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	5	6.3	6.3	7.5
	Kurang Setuju	21	26.3	26.3	33.8
	Setuju	42	52.5	52.5	86.3
	Sangat Setuju	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 3

Statistics

Kualitas Pelayanan

N	Valid	80
	Missing	0

Kualitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	2	2.5	2.5	3.8
	Kurang Setuju	5	6.3	6.3	10.0
	Setuju	41	51.3	51.3	61.3
	Sangat Setuju	31	38.8	38.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Variabel X3

Item 1

Statistics

Pendapatan

N	Valid	80
	Missing	0

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	55	68.8	68.8	68.8
	Tidak Setuju	22	27.5	27.5	96.3
	Kurang Setuju	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 2

Statistics

Pendapatan

N	Valid	80
	Missing	0

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	58	72.5	72.5	73.8
	Kurang Setuju	6	7.5	7.5	81.3
	Setuju	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 3

Statistics

Pendapatan

N	Valid	80
	Missing	0

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.5	2.5	2.5
	Setuju	64	80.0	80.0	82.5
	Sangat Setuju	14	17.5	17.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Variabel Y

Item 1

Statistics

Permintaan

N	Valid	80
	Missing	0

Permintaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.3	6.3	6.3
	Kurang Setuju	16	20.0	20.0	26.3
	Setuju	48	60.0	60.0	86.3
	Sangat Setuju	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 2

Statistics

Permintaan

N	Valid	80
	Missing	0

Permintaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	8	10.0	10.0	11.3
	Kurang Setuju	21	26.3	26.3	37.5
	Setuju	40	50.0	50.0	87.5
	Sangat Setuju	10	12.5	12.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Item 3

Statistics

Permintaan

N	Valid	80
	Missing	0

Permintaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	5.0	5.0	5.0
	Kurang Setuju	16	20.0	20.0	25.0
	Setuju	46	57.5	57.5	82.5
	Sangat Setuju	14	17.5	17.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Ika Sri Wahyuni
2. NIM : 0501163181
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Purwosari, 07 Februari 1998
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Marbau, Labuhanbatu Utara

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 115479 Aek Tapa Berijazah Tahun 2010
2. Tamatan MTs.S Al-Washliyah Marbau Berijazah Tahun 2013
3. Tamatan MAS Al-Washliyah Marbau Berijazah Tahun 2016
4. Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Berijazah Tahun 2021

III. RIWAYAT ORGANISASI

Persatuan Mahasiswa MoU Labuhanbatu Utara (HIMLA)

