

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa travel CV. Sinar Wisata. Di tengah persaingan industri transportasi darat yang semakin kompetitif, kepuasan konsumen menjadi faktor krusial bagi keberlangsungan bisnis. CV. Sinar Wisata, yang beroperasi di Dharmasraya, menghadapi fluktuasi jumlah konsumen yang signifikan sepanjang tahun 2024, mengindikasikan adanya dinamika dalam tingkat kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harga dan kualitas layanan yang diberikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuesioner kepada 120 responden yang merupakan konsumen CV. Sinar Wisata. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *incidental sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen (Y). Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung sebesar 4.592. (2) Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung sebesar 2.629. (3) Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F-hitung 21.288 pada tingkat signifikansi 0.000. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa 25.4% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kesimpulannya, baik harga maupun kualitas pelayanan merupakan prediktor penting yang signifikan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen jasa travel CV. Sinar Wisata. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif serta meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of price and service quality on consumer satisfaction at the CV. Sinar Wisata travel service. Amidst the increasingly competitive land transportation industry, consumer satisfaction has become a crucial factor for business sustainability. CV. Sinar Wisata, operating in Dharmasraya, faced significant fluctuations in consumer numbers throughout 2024, indicating a dynamic in customer satisfaction levels influenced by various factors, including the price and quality of the services provided.

The research method used is a quantitative approach by distributing questionnaires to 120 respondents who are consumers of CV. Sinar Wisata. The sampling technique used the incidental sampling method. The independent variables in this study are Price (X1) and Service Quality (X2), while the dependent variable is Consumer Satisfaction (Y). The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis after undergoing validity, reliability, and classical assumption tests.

The research results show that: (1) Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a t-count value of 4.592. (2) Service quality also has a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a t-count value of 2.629. (3) Simultaneously, price and service quality together have a significant effect on consumer satisfaction with an F-count value of 21.288 at a significance level of 0.000. The coefficient of determination (Adjusted R Square) indicates that 25.4% of the variation in consumer satisfaction can be explained by the price and service quality variables, while the remainder is influenced by other factors outside this research.

In conclusion, both price and service quality are significant predictors in determining the level of consumer satisfaction for CV. Sinar Wisata's travel services. Therefore, the company is advised to continue maintaining a competitive pricing policy and consistently improve service quality to maintain and increase customer loyalty.