



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM
PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA
PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Ekonomi Syariah



**STAI AULIAURRASYIDIN
OLEH:
TEMBILAHAN**

**MARIA ULFA
NIRM.1209.17.08292**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN-RIAU
1442 H /2021 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM
PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA
PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN**



STAI AULIAURRASYIDIN

OLEH:

TEMBILAHAN

MARIA ULFA
NIRM.1209.17.08292

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN-RIAU
1442 H /2021**



ABSTRAK

MARIA ULFA (2021) : PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Ketidakpuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dan promosi. Diantaranya kurangnya daya tarik promosi dari perusahaan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel untuk menarik perhatian konsumen menggunakan jasa travel, dan promosi hanya dilakukan melalui media *WhatsApp* sehingga hanya orang terdekat saja yang mengetahui. Mengenai harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi pertimbangan oleh konsumen dikarenakan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh: (1) harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan, (2) promosi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan, (3) harga dan promosi yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan, dan (4) harga dan promosi pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan dalam perspektif Islam.

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sedangkan objek penelitiannya adalah pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 581 konsumen. Untuk jumlah sampel pada penelitian ini digunakan *sampling kuota* ditentukan oleh peneliti sebanyak 217 konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan dari program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22.0 *for windows*

Hasil dari regresi menunjukkan nilai *t* hitung dari variabel X1 sebesar 3,543 dan *t* hitung dari variabel X2 sebesar 20,419 lebih besar dari *t* tabel 1,970 dan diperoleh nilai *F* hitung sebesar 284,731 lebih besar dari *F* tabel 3,04 dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 72,7% pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan. Dimana harga dan promosi dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan dikategorikan “baik”.

Kata kunci: Harga, Promosi, dan Kepuasan Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilihan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilihan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilihan



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Ketua STAI Auliaurrasyidin
Tembilahan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan perbaikan seperlunya terhadap isi skripsi saudara :

Nama : MARIA ULFA
NIRM : 1209.17.08292
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Travel Mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam

Dengan ini saya menilai bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurrasyidin Tembilahan untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Tembilahan, 26 Mei 2021
Pembimbing,

SELVIANI, S.Pd., M.Pd.E
NIDN. 001209153

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



YAYASAN PENDIDIKAN AULIAURRASYIDIN
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM
AULIAURRASYIDIN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ISLAMIC COLLEGE OF AULIAURRASYIDIN

KAMPUS PANAM (PARIT ENAM) JALAN GERILYA No. 12 TEMBILAHAN BARAT 29213

Email : akademik@stai-tbh.ac.id

TERAKREDITASI



BNN-PT

PENGESAHAN

No. 094/STAI-AUR/Skripsi/VIII/2021

Skripsi berjudul "PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN", yang telah ditulis oleh sdr. MARIA ULFA, NIRM 1209.17.08292 telah dimunaqasahkan pada tanggal 1 Juli 2021, dan telah diperbaiki sesuai permintaan Tim Penguji Munaqasah dengan Yudisium *Cum Laude*, IPK: 3,74.

TIM MUNAQASAH

Ketua
H. Dedy Yusuf Yudhyarta, S.Mn., M.Pd.I.

Sekretaris
Hendro Lisa, S.E., M.M.

Penguji I
Sai'in, S.E.I., M.E.Sy.

Penguji II
Ferdinan, S.Pd., M.Pd.B

Tembilahan, 3 Agustus 2021

Mengetahui
Ketua STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

SYARIFUDIN, S.Pd.I., M.Pd.I
NIDN. 2105068102

Berenergi dan Berinovasi untuk Pendidikan, Berharya dan Berbahkti untuk Negeri

www.stai-tbh.ac.id

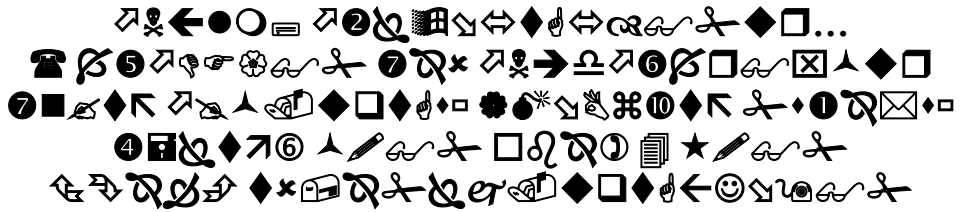


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

MOTTO



Artinya:

“... dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

(Q.S Ali Imran: 159)

“Tidak ada usaha yang mengkhianati hasil”

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT Yang telah memberikan kesehatan, membantu dalam segala kesulitan, ketidakputusasaan, kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan hingga sampai dipenghujung akhir skripsi ini

Syukur atas Rahmat dan Karunia yang telah Engkau beri atas ilmu-ilmu yang berlimpah sebagai bekal hamba dikemudian hari

Skripsi ini adalah sebagai ibadah yang telah hamba laksanakan kepada Allah SWT

Saya persembahkan tulisan ini sebagai wujud terimakasih untuk :

Kedua orang tua saya Bapak Effendi dan Ibu Rini Astuti yang telah memberikan semua pengorbanan, kasih sayang, dukungan dan doa yang tiada henti dipanjatkan untuk keberhasilan saya dimasa depan. Besar harapan saya untuk menjadi anak yang berbakti dan membanggakan.

Semoga ini langkah awal pembuka untuk kesuksesan dalam membahagiakan bapak dan ibu Adik M. Almadani dan Keluarga besar yang selalu memberikan inspirasi, dukungan, semangat dan doa

Dosen pembimbing Ibu Selviani, S.Pd., M.Pd.E yang selalu memberikan bimbingan, dukungan dan masukan hingga skripsi ini bisa dengan selesai dan teruntut semua Dosen terkhusus Dosen Ekonomi Syariah STAI Auliaurasyidin Tembilahan yang selalu memberikan ilmu, nasehat, dan arahan

Untuk semua sahabat Tanti Purwanti, Citra Desriani Fathoyah, Yulia Saputri, Nur Azizah, Pahrul Anwar, M. Yahya Fahrurrazi, Syamsu Rizal, Fahruji dan semua orang yang saya sayangi yang tiada henti memberikan nasehat, menyediakan pundak untuk menangis, bahkan dorongan semangat yang kuat

Keluarga besar Ekonomi Syariah terkhusus Angkatan II B yang selama ini berjuang sama-sama untuk menyelesaikan bangku perkuliahan kita. Gelak tawa, tangis haru, bahagia semua sudah kita rasakan. Dan dipenghujung waktu yang tidak disangka semua sudah menjadi KENANGAN.

Terimakasih untuk semua memori terindah kita

Semoga bersama tulisan ini Dapat membawa keberkahan untuk langkah kehidupan dimasa depan Aamiin Yaa Rabbal'alamiin



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MARIA ULFA
NIRM : 1209.17.08292
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Tembilahan, 26 Mei 2021

Saya yang menyatakan,



MARIA ULFA
NIRM. 1209.17.08292



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan Kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Travel Mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam*”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Auliaurasyidin Tembilahan.

Penulisan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak H. Kursani, S.Pd.I. selaku Ketua Yayasan STAI Auliaurasyidin.
2. Bapak Syarifuddin, S.Pd.I., M.Pd.I. sebagai Ketua Umum STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
3. Bapak M. Ridhwan, S.Pd., M.Ed. selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Deddy Yusuf Yudhayarta, S.Mn, M.Pd.I., selaku Wakil Ketua II Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Ir. H. Sahrudin, M.M. selaku Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
4. Bapak Sai'in, S.E.I., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Selviani, S.Pd., M.Pd.E selaku pembimbing skripsi di STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen STAI Auliaurasyidin Tembilahan yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Karyawan TU STAI Auliaurasyidin Tembilahan yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Sutarjo, SP selaku pimpinan perusahaan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaha yang telah bersedia menerima dan memberikan waktu dan tempat untuk penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

9. Orang Tua dan Keluarga yang telah memberikan bantuan dan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
10. Serta sahabat dan semua teman terdekat terkhusus keluarga besar Ekonomi Syariah terkhusus Angkatan II Ekonomi Syariah B yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis telah berusaha sesuai dengan kemampuan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Namun demikian, penulis sangat menghargai masukan yang positif dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga tulisan ini memberikan manfaat bagi Program Studi Ekonomi Syariah.

Tembilahan, 26 Mei 2021



Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Harga	12
1. Pengertian Harga	12
2. Tujuan Penetapan Harga	13
3. Indikator Harga	14
4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	15
5. Harga dalam Pandangan Islam	15
B. Promosi	17
1. Pengertian Promosi	17
2. Tujuan Promosi	18
3. Bauran Promosi	19
4. Alat-alat promosi (<i>promotion tools</i>)	20
5. Indikator Promosi	28
6. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	29
7. Promosi dalam Pandangan Islam	29
C. Kepuasan Konsumen	31
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	31
2. Strategi Kepuasan Konsumen	32

Hak Cipta Ditinjau dan Lembar Uud'ag



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Subjek dan Objek Penelitian	45
D. Populasi dan Sampel Penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Instrumen Penelitian	47
G. Uji Coba Instrumen Penelitian	47
H. Hasil Uji Coba Instrumen	47
I. Teknik Analisis Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan	55
B. Penyajian Data	56
C. Analisis Data	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	96
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
Tabel I.1	Data Jenis Kendaraan dan Harga di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan	4
Tabel I.2	Jumlah Konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan Juli-Desember 2020	6
Tabel III.1	Jumlah Konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan Oktober-Desember 2020	45
Tabel III.2	Skor untuk Jawaban Pernyataan	47
Tabel III.3	Hasil Uji Validitas Instrumen	49
Tabel III.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	50
Tabel IV.1	Penyajian Data Hasil Angket Variabel Harga (X^1)	56
Tabel IV.11	Rekapitulasi Angket Variabel Harga	62
Tabel IV.12	Penyajian Data Hasil Angket Variabel Promosi (X^2)	63
Tabel IV.22	Rekapitulasi Angket Variabel Promosi	70
Tabel IV.23	Penyajian Data Hasil Angket Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	71
Tabel IV.33	Rekapitulasi Angket Variabel Kepuasan Konsumen	77
Tabel IV.34	Hasil Analisis Uji R^2	78
Tabel IV.35	Hasil Analisis Uji F	79
Tabel IV.36	Hasil Analisis Uji T	80
Tabel IV.37	Hasil Output Estimasi Regresi	82

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar II.1	Kepuasan Konsumen 35
Gambar III.1	Harga dan Promosi Mempengaruhi Kepuasan Konsumen..... 53
Gambar IV.1	Logo PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan..... 54
Gambar IV.2	Struktur Organisasi PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan 55



STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Foto Hasil Dokumentasi Penelitian
2. Angket Penelitian
3. Lampiran Tabulasi Data Variabel Harga (X^1)
4. Lampiran Tabulasi Data Variabel Promosi (X^2)
5. Lampiran Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
6. Tabel Distribusi R^2
7. Tabel Distribusi F
8. Tabel Distribusi T
9. Hasil Uji Validitas Variabel X^1 (Harga)
10. Hasil Uji Validitas Variabel X^2 (Promosi)
11. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)
12. Hasil Reliabilitas Variabel X^1 (Harga)
13. Hasil Reliabilitas Variabel X^2 (Promosi)
14. Hasil Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)
15. SK Pembimbing
16. Surat Melakukan Riset
17. Surat Balasan Penerimaan dan Selesai Riset
18. Berita Acara Pelaksanaan Seminar Hasil Skripsi Mahasiswa Ekonomi Syariah
19. Daftar Riwayat Hidup

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang lebih maju membuat perubahan perilaku konsumen dalam memenuhi keinginan maupun kebutuhan. Bisnis bersaing bisa dalam bidang produk ataupun jasa. Bisnis yang ditawarkan tentunya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satunya yaitu bisnis dibidang transportasi yang sudah mulai berkembang dengan munculnya perusahaan baru di bidang travel kendaraan antar kota. Kegiatan bisnis yang dilakukan masyarakat saat ini tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan manusia baik secara individu maupun kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.

Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, termasuk jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat. Bisnis berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.¹

¹Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm.111-112.

Transportasi didefinisikan sebagai suatu tindakan proses atau hal transportasi atau sesuatu yang ditransportasikan, dan dengan kata kerja *to transport* “memindahkan dari suatu tempat ke tempat lain”. Dengan kata lain transportasi berarti suatu proses pergerakan atau perpindahan orang dan atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan mempergunakan suatu sistem tertentu untuk maksud dan tujuan tertentu.²

Kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya menyebabkan mereka perlu bergerak dan saling berhubungan dalam hal ini transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kebutuhan masyarakat sehari-hari. Bisnis jasa travel merupakan sektor bisnis yang termasuk pesat perkembangannya. Masyarakat kini sudah banyak menggunakan jasa travel untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan nyaman, mudah, dan murah serta tidak menurunkan gengsi mereka dengan menggunakan jasa travel. Oleh karena itu, perusahaan mampu membuat jasa travel senantiasa meningkatkan kualitas untuk bertahan dengan ketatnya persaingan dunia bisnis.

Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui dengan membeli atau menggunakan produk tersebut. Kepuasan konsumen terjadi apabila apa yang menjadi kebutuhan, keinginan, atau harapan pelanggan dapat anda penuhi.³

²Christian Yosua Palilingan dan J.A. Timboeleng, M.J. Paransa, (2013), Analisa Karakteristik Moda Transportasi Angkutan Umum Rute Manado Tomohon dengan Metode Analisa Biaya Operasional Kendaraan (BOK), Jurnal *Sipi Statik*, Vol. 1, No. 8, diakses 27 Februari 2021 hlm. 588. <https://id.scribd.com/document/376573104/Karakteristik-Moda-Transportasi-Angkutan-Umum-Manado>

³Ahmad Syafiq, (2019), Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam, Jurnal *El-Faqih*, Vol. 5, No. 1, diakses 17 Maret 2021 hlm. 109. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/faqih>

Kepuasan konsumen tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya kepada para konsumen serta diimbangi dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat dan promosi yang mampu menarik perhatian konsumen sehingga dibutuhkan suatu promosi yang baik agar perusahaan dapat terus berkembang. Agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.⁴

Terlihat dari penjelasan diatas, bahwasanya kepuasan konsumen tentunya memiliki faktor-faktor yang dapat menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa travel. Faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh adanya penentuan harga dan promosi yang sangat baik.

Harga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut. Misalnya harga suatu barang, sewa mobil, biaya kuliah, jasa dokter, termasuk ke dalam kategori harga. Semua itu merupakan nilai yang harus dibayarkan atas benda atau apa yang telah dilakukan.⁵

Pelaku bisnis mencoba untuk mencapai tujuan tertentu melalui keputusan penentuan harga. Tujuan penentuan harga bervariasi dari perusahaan ke perusahaan lain dan banyak perusahaan yang berupaya mencapai lebih dari satu tujuan penentuan harga. Beberapa perusahaan meningkatkan laba dengan

⁴Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 151

⁵Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 154.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

menentukan harga yang tinggi, dan perusahaan lain menentukan harga yang rendah untuk menarik bisnis baru.⁶

Dari hasil wawancara penulis pada 4 November 2020 dengan pemilik PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Bapak Sutarjo dapat disimpulkan harga yang ditetapkan untuk jasa travel baik untuk kalangan masyarakat umum maupun mahasiswa dikenakan tarif senilai Rp. 170.000. Harga ini ditetapkan berdasarkan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan sebelum keberangkatan, mulai dari melakukan penjemputan kerumah, disediakannya air minum dan WIFI. Berikut ini daftar harga dan jenis kendaraan yang di sediakan oleh perusahaan:

Tabel I.1

Data Jenis Kendaraan dan Harga di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

No	Jenis Kendaraan	Jumlah Mobil	Harga
1	Toyota Fortuner	7	Rp 170.000
2	Pajero Sport	1	Rp 170.000
3	Inova	1	Rp 170.000

Sumber: Data dokumentasi PT.Tsalatsa Putri Abadi Travel

Berdasarkan data tabel diatas dijelaskan bahwasanya dari berbagai jenis kendaraan tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan dalam harga yang ditawarkan dengan kondisi mobil yang disediakan. Terlihat kondisi mobil jenis kendaraan Toyota Fortuner dan Pajero Sport memiliki keunggulan dari segi kualitas jasa yang ditawarkan untuk kenyamanan konsumen dalam menggunakan jasa travel yang tentunya sesuai dengan harga yang ditetapkan. Namun, yang menjadi keluhan dari konsumen ialah ketidaksesuaian harga

⁶Louis E. Boone, David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 171.

yang ditetapkan oleh mobil jenis kendaraan Inova dengan kondisi kenyamanan mobil tersebut. Keseimbangan harga yang sama ditetapkan oleh perusahaan antara mobil jenis kendaraan kualitas bagus dan menengah menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa travel.

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang kedua yaitu promosi. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan diri perusahaan dan menarik pelanggan baru atau meningkatkan penjualan. Beberapa perusahaan menggunakan promosi untuk memperluas pasar mereka, dan perusahaan lain menggunakannya untuk mempertahankan posisi. Promosi juga dapat digunakan untuk mendiferensiasi produk sebuah perusahaan dengan produk pesaing, dengan menerapkan konsep yang disebut *positioning* (penentuan posisi). Pelaku pemasaran berupaya menempatkan produk mereka dalam ingatan pelanggan. Gagasan ini bertujuan untuk mengkomunikasikan perbedaan mengenai atribut, harga, kualitas, atau penggunaan suatu barang atau jasa.⁷

Dengan promosi, masyarakat akan mengetahui keberadaan perusahaan tersebut, produk-produk yang ditawarkan, keunggulan produk, dan hal-hal lainnya yang perlu diketahui oleh konsumen. Namun, terlihat masih kurangnya daya tarik promosi dari perusahaan PT Tsalatsa Putri Abadi Travel untuk menarik perhatian konsumen menggunakan jasa travel, dan promosi hanya dilakukan melalui media *WhatsApp* sehingga hanya orang-orang terdekat saja

⁷*Ibid.*, hlm. 152-153.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilaan

yang mengetahui. Sejauh ini perusahaan belum sepenuhnya diketahui oleh banyak masyarakat Tembilaan.

Tabel I.2
Jumlah Konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel
Juli-Desember 2020

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	Juli	257
2	Agustus	204
3	September	193
4	Oktober	185
5	November	178
6	Desember	218

Sumber: Data dokumentasi PT.Tsalatsa Putri Abadi Travel

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen dari 6 bulan terakhir mengalami ketidakstabilan. Kenaikan dan penurunan setiap bulannya tentu menjadi perbandingan dalam melihat minat konsumen menggunakan jasa travel. Turunnya jumlah konsumen tentu disebabkan adanya faktor yang mempengaruhi baik itu dari segi penentuan harga maupun promosi yang telah dilakukan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Tarvel.

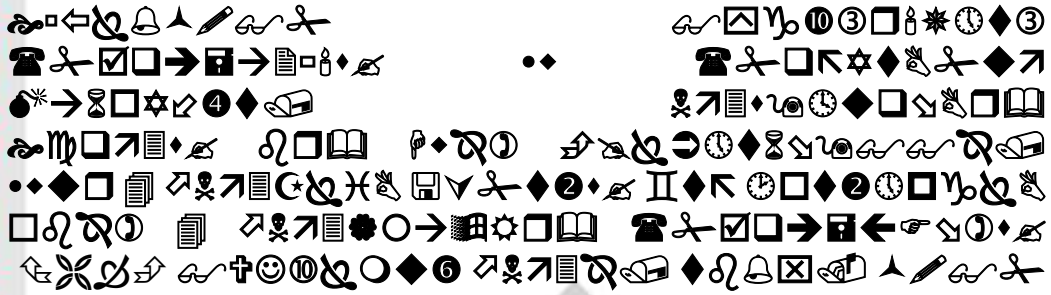
Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apa lagi kepentingan sendiri. Islam menghalalkan umatnya berniaga, bahkan Rasulullah SAW seorang saudagar yang sangat terpandang pada zamannya. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil, namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho. Hal tersebut dijelaskan dalam firman Allah Q.S An-Nisa :29



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁸

Dari hasil pra penelitian yang penulis lakukan di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan pada 4 November 2020 dapat disimpulkan terkait dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang konsumen yang bernama Kiki, bahwasanya PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel adalah salah satu usaha travel yang menyediakan layanan transportasi antara Tembilahan-Pekanbaru dan Pekanbaru-Tembilahan. Mengenai harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi pertimbangan oleh konsumen dikarenakan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lainnya, dan dari promosi yang dilakukan tidak sepenuhnya menjadi daya tarik mereka untuk menggunakan jasa travel.

Kepuasan konsumen tentunya menjadi penting dalam suatu perusahaan. Perusahaan dianggap berhasil dalam menjalankan roda bisnisnya sejalan dengan apa yang diharapkan sesuai dengan yang didapatkan oleh konsumen.

⁸Kementrian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan Arrahim*, CV. Pustaka Jaya Ilmu, hlm. 47.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Keluhan-keluhan konsumen menjadi dasar pertimbangan untuk memotivasi perusahaan menjadi lebih baik lagi.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, serta dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Jasa travel yang ditawarkan oleh perusahaan diharapkan sesuai dengan harapan konsumen sehingga mereka merasa puas. Apabila konsumen merasakan adanya kepuasan dalam menggunakan jasa travel tersebut, maka tujuan perusahaan akan tercapai karena jasa travel yang ditawarkan perusahaan bernilai bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengetahui dan menemukan fakta seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian-uraian dari latar belakang masalah di atas, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih terdapat perbandingan harga yang dikeluhkan oleh konsumen karena harga yang ditetapkan masih terlalu tinggi dibanding dengan jasa travel perusahaan lain.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Masih kurangnya kesadaran dari perusahaan untuk memberikan kepuasan konsumen salah satunya tidak tersedianya ruang tunggu bagi penumpang sebelum keberangkatan dalam menggunakan jasa travel.
3. Masih kurangnya daya tarik perusahaan dalam melakukan promosi ke masyarakat Tembilahan.
4. Harga dan promosi diharapkan dapat memuaskan konsumen dalam menggunakan jasa travel, namun terlihat masih kurangnya perhatian perusahaan terhadap keluhan konsumen.

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang ditemukan dilapangan, maka penulis membatasi masalah dan hanya membahas mengenai masalah pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel dalam Perspektif Islam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan ?
3. Apakah harga dan promosi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan ?
4. Bagaimana harga dan promosi pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam perspektif Islam ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.
4. Untuk mengetahui harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif Islam.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

 Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Sebagai pengembangan wawasan keilmuan tentang Pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam perspektif Islam.

2. Bagi perusahaan

Dapat dijadikan sebagai acuan perusahaan dalam penetapan harga dan promosi untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang sesuai dengan perspektif Islam.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil.

**STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

BAB II KAJIAN TEORI

A. Harga

1. Pengertian Harga

Menurut Buchari Alma dan Ratih Hurriyanti mengatakan,

Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang harus diberikan konsumen kepada produsen. Dan diantara elemen bauran pemasaran lainnya, harga merupakan satu-satunya elemen yang dapat menghasilkan pendapatan. Sementara elemen lainnya menghasilkan biaya.⁹

Selanjutnya menurut Joseph P. Cannon, dkk mendefinisikan,

Harga merupakan salah satu dari empat variabel keputusan strategi utama yang dilakukan oleh manajer pemasaran. Keputusan penetapan harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan berapa banyak pendapatan yang diperoleh. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Jadi, harga memainkan peran langsung dalam membentuk nilai pelanggan.¹⁰

Terakhir Rozalinda mengatakan,

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan price, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata tsaman atau si'ru yakni nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka (an-taradin) pemakaian kata tsaman lebih umum dari pada qimah yang menunjukkan harga ril yang telah disepakati. Sedangkan si'ru adalah harga ditetapkan untuk barang dagangan. Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan.¹¹

⁹Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008) hlm. 306.

¹⁰Joseph P. Cannon, dkk, *Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 176.

¹¹Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 154.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

Dari ketiga teori di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Dimana harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga juga merupakan elemen yang dapat menghasilkan pendapatan dan juga menghasilkan biaya.

2. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Louis E. Boone dan David L. Kurtz, ada empat kategori dasar tujuan penetapan harga, yaitu:

- a. Profitabilitas
Tujuan profitabilitas (*profitability objectives*) merupakan tujuan yang paling umum dalam rencana strategi perusahaan. Dimana beberapa perusahaan memaksimalkan laba dengan mengurangi biaya bakunya melalui perubahan harga. Perusahaan dapat mempertahankan harga dan meningkatkan profitabilitas dengan beroperasi secara lebih efisien atau dengan memodifikasi produk tersebut agar biaya produksinya lebih rendah. Salah satu strateginya adalah dengan mempertahankan harga yang stabil sekaligus mengurangi ukuran atau jumlah produk dalam kemasan.
- b. Volume
Tujuan volume melandaskan keputusan penentuan harga berdasarkan pada pangsa pasar, persentase pasar yang dikontrol oleh perusahaan atau produk tertentu. Sebuah perusahaan dapat berupaya untuk meraih 25 persen pangsa pasar dalam industri tertentu, dan perusahaan lain dapat mempertahankan atau memperluas pangsa pasarnya untuk produk tertentu. Ketika pasar menjadi jenuh, perusahaan perlu mencari cara untuk membuat konsumen memperbarui atau mencoba produk baru. Hal tersebut dapat dicapai dengan menentukan harga yang lebih rendah, selama perusahaan masih bisa memperoleh laba.
- c. Daya saing
Penetapan harga untuk meningkatkan daya saing bertujuan untuk bersaing dengan harga kompetitor sehingga harga pada dasarnya tidak menjadi masalah lagi. Pada berbagai

lini bisnis, perusahaan menyesuaikan harga dengan industri besar. Namun, perusahaan secara hukum tidak boleh bekerjasama untuk bersepakat dengan harga atau memaksa pengecer untuk menjual dengan harga yang telah ditetapkan.

d. Prestise

Penetapan harga prestise merupakan strategi untuk menentukan harga yang relative tinggi dalam rangka meningkatkan dan mempertahankan citra kualitas dan eksklusivitas. Kelangkaan dapat menciptakan prestise.¹²

3. Indikator Harga

Menurut Philip Kotler dalam Meithiana Indrasari, terdapat lima indikator yang mencirikan harga yaitu :

a. Keterjangkauan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

c. Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.¹³

¹²Louis E. Boone, David L. Kurtz, *Op.Cit.*, hlm. 171-173.

¹³Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: UP Unitomo Press, 2019), hlm. 42-43.





4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan harga. Yang dimaksud dengan *utility* dan *value* sebagai berikut

- a. *Utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan, dan memuaskan konsumen.
- b. *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukar dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.¹⁴

Definisi diatas memberikan arti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen yang mana dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.¹⁵

5. Harga dalam Pandangan Islam

Dalam literatur Islam, masalah harga diuraikan dalam beberapa terminologi, diantaranya dalam Majmu Fatawa, Ibn Taimiyah dalam Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi mendefinisikan “*equivalen price* sebagai harga baku (s’ir), yaitu penduduk menjual barang-barangnya dan

¹⁴*Ibid.*, hlm. 45-46.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 46.

secara umum diterima sebagai suatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus”.¹⁶

Menurut Rozalinda dalam bukunya Ekonomi Islam menjelaskan,

Harga dalam teori ekonomi Islam, di tentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.¹⁷

Penetapan (regulasi) harga dikenal di dunia fiqh dengan istilah *tas'ir* yang berarti menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang di perjualbelikan, yang tidak menzalimi pemilik barang dan pembelinya. Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya, tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniayan, yaitu keadaan yang salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain.¹⁸

Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 275



¹⁶Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 211-212.

¹⁷Rozalinda., *Op.Cit.*, hlm. 160.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 221.



Artinya: ... *Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba ...*¹⁹

Dari kedua teori di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga dalam Islam ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran, dimana harus terjadi secara rela sama rela. Artinya, tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu.

B. Promosi

1. Pengertian Promosi

Joseph P. Cannon dkk menjelaskan, “Promosi (*promotion*) adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku”.²⁰

Selanjutnya Rismi Somad dan Donni Juni Priansa menjelaskan, “Promosi pada intinya merupakan seluruh aktivitas komunikasi yang dilaksanakan oleh organisasi bisnis melalui alat-alat promosi yang ditujukan untuk menginformasikan, mengarahkan, dan membujuk konsumen agar menggunakan produk”.²¹

Terakhir Buchari Alma mengatakan, “Promosi didefinisikan sebagai komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli”.²²

¹⁹Kementrian Agama Republik Indonesia, *Op.Cit.*, hlm. 47.

²⁰Joseph P. Cannon dkk, *Op.Cit.*, hlm. 69.

²¹Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 237-238.

²²Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 301.





Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Dari ketiga teori di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk menginformasikan atau memberitahukan produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa.

2. Tujuan Promosi

Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk tersebut. Tujuan utama dari promosi adalah meningkatkan penjualan, sedangkan tujuan spesifiknya menurut Griffin dan Ebert dalam Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, adalah untuk:

- a. Mengkomunikasikan informasi (*communicate information*)
Informasi dapat memberikan saran kepada pelanggan bahwa produk tersebut ada. Informasi kepada pelanggan dapat dikomunikasikan melalui tulisan (majalah dan surat kabar), lisan (orang atau telepon), atau secara visual (televise atau *billboard*).
- b. Positioning produk (*position product*)
Positioning merupakan proses menetapkan identitas citra produk yang mudah dipahami dalam benak pelanggan. Positioning produk akan sulit dilakukan jika organisasi bisnis mencoba memasuki pasar pelanggan secara keseluruhan, sehingga pendekatan segmen pasar yang spesifik dipandang lebih tepat untuk dilakukan.
- c. Nilai tambah (*add value*)
Bauran promosi dirancang untuk mengkomunikasikan produk agar memiliki keuntungan nilai tambah. Promosi juga merupakan pemimpin dalam menetapkan nilai produk yang dirasakan bagi pelanggan.
- d. Mengontrol volume penjualan (*control sales volume*)
Promosi dengan periode yang lambat akan mengontrol organisasi bisnis agar mampu menjaga sistem produksi dan



distribusi supaya mampu berjalan dengan baik, dimana volume penjualan akan stabil sepanjang tahun.²³

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Adapun tujuan promosi tersebut menurut Buchari Alma dan Ratih Hurriyanti adalah sebagai berikut:

- a. Informasikan (*informing*), dapat berupa menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, meluruskan kesan yang keliru, mengurangi ketakutan dan kekhawatiran pembeli, dan membangun citra perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*), yaitu untuk membentuk pilihan merek, mengalihkan pilihan ke merek tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga, dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*).
- c. Mengingatn (*reminding*), yaitu mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan di butuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, dan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.²⁴

3. Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi berbagai alat promosi yang digunakan oleh organisasi bisnis. Menurut Rismi Somad dan Donni Juni Priansa mengatakan, “bauran

²³Rismi Somad, dan Donni Juni Priansa, *Op.Cit.*, hlm.239.

²⁴Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Op.Cit.*, hlm. 162-163.

promosi merupakan seperangkat alat yang saling melengkapi dan saling mendukung, yang digunakan untuk kegiatan promosi organisasi bisnis”.²⁵ Bauran promosi terdiri atas dua komponen penjualan personal dan nonpersonal yang digabungkan oleh pelaku pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan target perusahaan mereka dan secara efektif dan efisien menyampaikan pesannya kepada pelanggan.²⁶

4. Alat-alat promosi (*promotion tools*)

Menurut Herry Sutanto dan Khaerul Umam alat-alat promosi (*promotion tools*), terdiri atas:

a. Periklanan (*advertising*)

Periklanan (*advertising*) adalah bagian dari kegiatan pemasaran (*marketing*) yang berupa penyampaian pesan atau kesan melalui media dan cara-cara tertentu untuk mempengaruhi orang dituju (konsumen), agar tertarik dengan barang dan jasa yang di iklankan.²⁷ Rismi Somad dan Donni Juni Priansa mendefinisikan, “periklanan merupakan kegiatan mengkomunikasikan organisasi bisnis dengan segala atributnya kepada khalayak ramai atau masyarakat secara luas, dengan menggunakan media komunikasi yang dibayar, dalam hal ini adalah media iklan”.²⁸

²⁵Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Op.Cit*, hlm. 239.

²⁶Louis E. Boone, David L. Kurtz, *Op.Cit.*, hlm. 151.

²⁷Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 173.

²⁸Rismi Somad, dan Donni Juni Priansa, *Op.Cit*, hlm. 240.





Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

Buchari Alma dalam bukunya Pengantar Bisnis menjelaskan,

Advertising (periklanan) adalah alat promosi yang sangat ampuh, dapat mencapai daerah yang sangat jauh dan sulit dimasuki. Advertising dapat masuk ke rumah-rumah penduduk tidak mengenal waktu siang ataupun malam. Advertising dapat menggunakan berbagai media, seperti: televisi, radio, surat kabar dan sebagainya.²⁹

Iklan di desain untuk mencapai beberapa tujuan, antara lain:

- 1) Membuat pasar sasaran menyadari (*aware*) akan suatu merek baru.
- 2) Memfasilitasi pemahaman pelanggan tentang berbagai atribut dan manfaat merek yang di iklankan di bandingkan merek-merek pesaing.
- 3) Meningkatkan sikap-sikap dan mempengaruhi niatan untuk membeli.
- 4) Menarik sasaran agar mencoba produk atau jasa.
- 5) Mendorong perilaku membeli ulang.³⁰

STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN

Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan oleh perusahaan sebagai media promosi, yaitu:

- 1) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa perusahaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

²⁹Buchari Alma, *Op.Cit.*, hlm. 301.

³⁰*Ibid.*, hlm. 241.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

- 2) Untuk mengingatkan kembali kepada konsumen tentang keberadaan atau keunggulan jasa perusahaan yang di tawarkan.
- 3) Untuk menarik perhatian dan minat para konsumen baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari calon konsumen baru.
- 4) Mempengaruhi konsumen saingan agar berpindah ke perusahaan yang mengiklankan.
- 5) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.³¹

Adapun jenis-jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan:

- 1) Surat kabar dan majalah
- 2) Surat pos langsung
- 3) Radio
- 4) Televisi
- 5) Papan reklame
- 6) Spanduk
- 7) Penyebaran brosur di tempat-tempat umum
- 8) Koran, dan media lainnya.

³¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 175-176.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat di atur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Melalui promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk bersaing, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya), atau mengupayakan kerjasama yang lebih erat dengan pengecer.³²

Menurut Husein Umar menjelaskan, “promosi penjualan adalah intensif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dengan pembelian diharapkan terjadi sekarang juga”.³³

Buhari Alma menjelaskan,

Sales promotion artinya adalah member insentif atau hadiah kepada konsumen, agar mereka tertarik untuk membeli. Tugas sales promotion mengajak mereka agar mau membeli sekarang juga. Teknik yang digunakan dalam sales promotion antara lain: member sampel gratis, kupon, rabat, diskon, kontes, bonus, hadiah uang, jual obral, cuci gudang, mega promo, dan sebagainya.³⁴

³²Buhari Alma dan Ratih Hurriyati, *Op.Cit.*, hlm. 163-164.

³³Husein Umar, *Business An Introduction*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 136.

³⁴Buhari Alma, *Op.Cit.*, hlm. 302.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auiaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auiaurasyidin Tembilahan

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah konsumen. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk. Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

- 1) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian konsumen untuk membeli.
- 2) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada konsumen untuk segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- 3) Invitasi mengharapkan konsumen segera merealisasikan pembelian produk atau jasa perusahaan.³⁵

Menurut Buchari Alma tujuan penggunaan *sales promotion* (promosi penjualan), yaitu:

- 1) Menarik para pembeli baru
- 2) Memberi hadiah kepada langganan lama
- 3) Menyuruh pembeli agar mengulangi pembeliannya
- 4) Mencegah konsumen lari ke merk lain
- 5) Meningkatkan loyalitas konsumen
- 6) Meningkatkan volume penjualan dalam jangka pendek.³⁶

³⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 178.

³⁶Buchari Alma, *Op.Cit.*, hlm. 302.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Sebaliknya *sales promotion* memiliki kelemahan sebagai berikut:

- 1) Konsumen menunggu-nunggu saat dilakukannya *sales promotion*, agar dapat memperoleh hadiah
 - 2) Setelah acara hadiah, bonus berakhir, konsumen tidak lagi membeli produk tersebut
 - 3) Adakalanya yang dapat hadiah orang yang baru pertama kali membeli produk tersebut, yang sebelumnya dia tak pernah membeli.³⁷
- c. Hubungan masyarakat (*public relations*)

Hubungan masyarakat (*public relations*) merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Dalam hal ini yang dimaksud dengan kelompok itu adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kelompok tersebut dapat terdiri atas karyawan dan keluarganya, pemegang saham, pelanggan, khalayak atau orang-orang yang tinggal di sekitar organisasi, pemasok, perantara, pemerintah, serta media massa.³⁸

³⁷*Ibid.*, hlm. 302.

³⁸Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Op.Cit.*, hlm. 164.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Buchari Alma menjelaskan,

Public relation merupakan bagian dari perusahaan yang memberi informasi kepada publik tentang perusahaan dan produk yang dihasilkannya. Informasi dari perusahaan ini dapat dilakukan dengan menerbitkan bulletin sendiri, membuat brosur, atau menjadi sponsor dalam event/peristiwa tertentu. Misalnya ada peristiwa ulang tahun perusahaan, acara pertandingan olahraga dan sebagainya.³⁹

- d. Penjualan perorangan (*personal selling*),

Penjualan perorangan (*personal selling*) adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon konsumen untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon konsumen dan membentuk pemahaman konsumen terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.⁴⁰

Personal selling adalah promosi yang dilakukan oleh orang. Misalnya para penjuwa di *took*, atau penjual dari rumah ke rumah. Jangkauan operasional *personal selling* ini sangat terbatas, lagi pula biayanya mahal akan tetapi *personal selling* memiliki keunggulan, yaitu dapat mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan oleh pembeli, mereka bias berdialog dengan konsumen.⁴¹

- e. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan

³⁹Buchari Alma, *Op.Cit.*, hlm. 302.

⁴⁰Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Op.Cit.*, hlm. 163.

⁴¹Buchari Alma, *Op.Cit.*, hlm. 301.

atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam *direct marketing*, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar.⁴² Herry Sutanto dan Khaerul Umam mengatakan,

Pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah penggunaan surat, telepon, faksimili, e-mail, dan alat-alat penghubungan nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan.⁴³

f. Dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) merupakan salah satu ciri khusus dari promosi dalam bisnis jasa. Konsumen memiliki harapan yang nyata. Pertama kali mereka memutuskan untuk membeli, konsumen memulai interaksi dengan penyedia jasa dan menemukan kualitas teknik dan fungsional dari jasa yang ditawarkan. Sebagai hasil dari pengalaman dari interaksi dan menilai kualitas jasa tadi, konsumen dapat menjadi tertarik atau dapat pula tidak kembali lagi. Positif atau negatifnya komunikasi *word of mouth* akan berpengaruh pada luasnya pengguna lain jasa.⁴⁴

⁴²*Ibid.*, hlm. 164.

⁴³Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

⁴⁴Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Op.Cit.*, hlm. 163-164.





5. Indikator Promosi

Menurut Fandy Tjiptono indikator promosi yaitu:

- a. *Personal selling* (Penjualan personal)
Personal selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon konsumen untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon konsumen dan membentuk pemahaman konsumen terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.
- b. Periklanan
 Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Periklan merupakan salah satu bentuk promosi yang menggunakan media cetak untuk menyampaikan komunikasi kepada konsumen, biasanya melalui media seperti banner, poster, dan lain sebagainya.
- c. Promosi penjualan
 Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli konsumen.
- d. *Public relations* (hubungan masyarakat)
Public relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Yang dimaksud dengan kelompok-kelompok itu adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.
- e. *Direct marketing* (pemasaran langsung)
Direct marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam *direct marketing*, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar.⁴⁵

⁴⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV AndiOffset, 2008), hlm. 222.

6. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Imam Heryanto mendefinisikan,

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan, untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tak cukup hanya mengembangkan produk, menetapkan harga, dan menggunakan saluran distribusi, tetapi juga harus didukung oleh kegiatan promosi.⁴⁶

Selanjutnya Ronal Aprianto menjelaskan,

Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen dan calon konsumen melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Dengan dilakukan promosi, produk atau jasa akan dikenal oleh konsumen dan diharapkan konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Promosi merupakan suatu cara untuk menarik perhatian dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi untuk menginformasikan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen.⁴⁷

7. Promosi dalam Pandangan Islam

Sebagai agama yang notabene *rahmatan lil al-'alamin* tentunya tidak dapat membiarkan begitu saja tindakan yang mengandung unsur probabilitas yang mengarah pada risiko adanya tipuan atau *gharar* dalam

⁴⁶Imam Heryanto, (2015), Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan, Jurnal *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 9, No. 2, diakses 15 Februari 2021, hlm. 8 <https://www.neliti.com/id/publications/163041/analisis-pengaruh-produk-harga-distribusi-dan-promosi-terhadap-keputusan-pembeli>

⁴⁷Ronal Aprianto, (2016), Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko BNJ Elektronik Kota Lubuk Linggau, Jurnal *Buletin Bisnis & Manajemen*, Vol. 02, No. 01, diakses 13 April 2021 hlm. 41-42. <https://journal.buletin-bisnis-&-manajemen/pengaruh-promosi-dan-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan/co.id>

jual beli. Hal ini karena kerelaan antara dua pihak yang berintegrasi dalam jual beli tersebut tidak dapat terwujud padahal Allah menyuruh adanya kerelaan dalam sebuah transaksi.⁴⁸

Menurut Syabul Bahri menjelaskan,

Sebagaimana diketahui bahwa pada zaman sekarang, untuk mempromosikan komoditi dagangan, seseorang banyak menggunakan sarana iklan yang memikat, baik yang disampaikan dalam bentuk tulisan, lisan, maupun gambar. Tidaklah mengherankan jika dijumpai banyak umat manusia yang dikelabui dengan model iklan atau promosi barang lainnya, lantaran promosi tersebut hanya bohong semata dan tidak terbukti dalam realita.⁴⁹

Sebagaimana firman Allah SWT QS. Al-Hujurat:6



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*⁵⁰

Dari teori di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa promosi dalam Islam tidak mengandung unsur yang mengarah pada risiko tipuan atau *gharar*. Sarana iklan yang memikat, baik yang disampaikan dalam bentuk tulisan, lisan, maupun gambar hendaklah terbukti dan sesuai

⁴⁸*Ibid.*, hlm. 139

⁴⁹Syabul Bahri, (2013), Hukum Promosi dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal *Episteme*, Volume 8, Nomor 1, diakses 27 April 2021, hlm. 138. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/epis/article/view/41>

⁵⁰Kementerian Agama Republik Indonesia, *Op.Cit.*, hlm. 516.



dengan realita tidak hanya sebatas untuk mengelabui konsumen dengan sarana iklan yang menarik.

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Rismi Somad dan Donni Juni Priansa menjelaskan,

Kepuasan pelanggan adalah persepsi dan perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh pelanggan berdasarkan perbandingan kinerja produk yang dikonsumsi dengan harapan yang dimiliki sebelum mengkonsumsi. Jika produk yang dibeli cocok dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka dapat dikatakan pelanggan puas, begitupun sebaliknya.⁵¹

Selanjutnya Ahmad Syafiq mengatakan, “kepuasan konsumen adalah sikap atau tanggapan yang konsumen rasakan atas suatu produk atau jasa setelah mereka memperolehnya dan menggunakannya yang disertai terpenuhinya harapan atas suatu barang atau produk ada pembeliannya”.⁵²

Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa. Sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan di dapat. Sedangkan kinerja yang di rasakan oleh konsumen adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Kepuasan konsumen menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon konsumen

⁵¹Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Op.Cit.*, hlm 33.

⁵²Ahmad Syafiq, *Op.Cit.*, hlm. 109.



terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari dua teori diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang terhadap produk atau jasa yang dibeli atau digunakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

2. Strategi Kepuasan Konsumen

Menurut Rismi Somad dan Donni Juni Priansa menjelaskan beberapa strategi dalam memuaskan konsumen yang dapat dikembangkan, antara lain:

- a) Mendengarkan keluhan pelanggan/konsumen
Keluhan pelanggan perlu di dengarkan oleh organisasi bisnis melalui penyiapan pegawai yang sigap dan berorientasi pelayanan. Perhatikan apa yang menjadi keluhan pelanggan dan berusaha sebaik mungkin untuk menanggapinya. Setelah keluhan disampaikan, perlu penanganan yang cepat terkait dengan apa yang dikeluhkan oleh pelanggan. Penanganan yang lambat akan membuat pelanggan merasa tidak puas dan beralih kepada pesaing.
- b) Mengunjungi pelanggan
Mengunjungi pelanggan merupakan sebuah langkah yang penting dalam berbisnis. Baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, akan tercipta hubungan yang baik, harmonis, dan keterikatan antara organisasi bisnis dan pelanggan.
- c) Menjaga sikap kepada pelanggan
Organisasi bisnis perlu mengetahui bagaimana sikap pegawai dalam memberikan pelayanan bagi pelanggan. Caranya dengan menanyakan secara langsung bagaimana sikap pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga organisasi bisnis dapat menetapkan standar sikap atau standar operasional pelayanan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

- d) Melayani sesuai dengan karakter pelanggan
Organisasi bisnis melalui pegawai harus mampu memberikan pelayanan dengan “kepala dingin” bagi pelanggan, terutama ketika berhadapan dengan pelanggan yang rewel atau *rudet*. Oleh karena itu, organisasi bisnis perlu menggunakan pendekatan yang paling tepat untuk menghadapi keluhan pelanggan.
- e) Ketidakpuasan pelanggan merupakan informasi berharga bagi pelanggan
Tidak semua pelanggan akan mengeluhkan langsung ketidakpuasannya kepada organisasi bisnis. Oleh karena itu, organisasi bisnis perlu untuk mencari tahu letak ketidakpuasannya. Salah satunya bias dengan cara melakukan riset kepada pelanggan. Hasil riset tersebut bias umpan balik bagi organisasi bisnis untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan.
- f) Berkata tidak kepada pelanggan
Tidak semua pelanggan adalah orang yang jujur dalam mengutarakan apa yang dirasakannya, ada kalanya organisasi bisnis menemui pelanggan yang *rudet* atau susah ditangani, dan meminta banyak melebihi kemampuan organisasi bisnis dalam memberikan tindakan. Kondisi tersebut mendorong organisasi bisnis untuk merancang strategi yang tepat bagi pelanggan tersebut, salah satunya dengan menyatakan tidak.⁵³

Selanjutnya M. Nur Rianto Al Arif menjelaskan,

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* (apa yang di harapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh di bawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas. Seseorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa.⁵⁴

Dari dua teori di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi kepuasan konsumen yaitu apabila pelayanan yang diterima

⁵³Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Op.Cit.*,hlm. 35-37.

⁵⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*,hlm.193-194.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

konsumen melebihi apa yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Namun sebaliknya, jika pelayanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka konsumen tidak merasa puas.

3. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Menurut Meithiana Indrasari dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

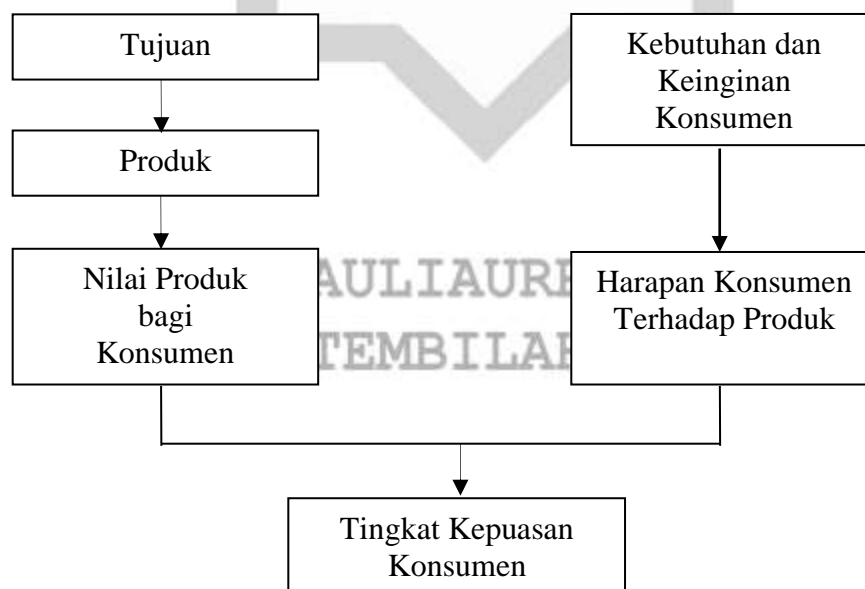
- a. Kualitas produk
Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan
Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merk tertentu.
- d. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.⁵⁵

⁵⁵Meithiana Indrasari, *Op. Cit.*, hlm. 87-88.



4. Tingkat Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasional dan faktor personal atau *emotional factor*. Faktor situasional dan faktor emosional merupakan faktor eksternal perusahaan yang relatif sulit dikendalikan oleh perusahaan. Emosi pelanggan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan pelanggan (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon pelanggan terhadap jasa.⁵⁶ Sedangkan faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga merupakan faktor internal yang relatif mudah di kendalikan perusahaan.⁵⁷



Sumber. Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategik, Manajemen Bisnis

Gambar II. 1 Kepuasan Konsumen

⁵⁶Ahmad Syafiq, *Op.Cit.*, hlm. 110.

⁵⁷Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategik, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.156-157.



5. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono indikator kepuasan konsumen yaitu:

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup, pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.⁵⁸

6. Kepuasan Konsumen dalam Islam

Lahirnya teori kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional akan melahirkan manusia serakah dan mementingkan diri sendiri. Hal ini karena asumsi rasional konsumsi dibangun atas dasar *utility* (kepuasan). Tentunya sikap ini akan menafikan kepentingan orang lain dan menafikan zat dan jenis barang (halal dan berkahnya barang).

Menurut Ahmad Syafiq menjelaskan,

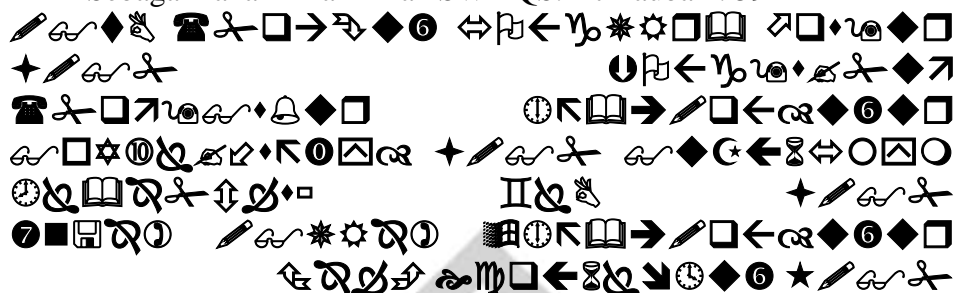
Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara batiniah maupun lahiriah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang dan jasa yang di konsumsi atau digunakan harus halal, dalam mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa tidak berlebih-lebihan dan tidak mengandung riba.⁵⁹

⁵⁸Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, hlm. 26.

⁵⁹Ahmad Shafiq, *Op.Cit.*, hlm. 110-111.



Sebagaimana firman Allah SWT QS. At-Taubah : 59



Artinya: *Dan sekiranya mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan RasulNya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi Kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, Sesungguhnya Kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).⁶⁰*

D. Kajian Penelitian Yang Relevan

1. Penelitian Ryan Agung (2020), yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha CV. Saporito Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam", menunjukkan hasil bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, dan variabel promosi tidak berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi penulis yaitu pada variabel bebas (X1) harga dan (X2) promosi dan variabel terikat (Y) kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti. Peneliti di atas obyek yang diteliti adalah usaha Catering CV. Saporito Pekanbaru, sedangkan penulis mengambil obyek penelitian adalah usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.

⁶⁰Kementrian Agama Republik Indonesia, *Op.Cit.*, hlm. 196.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Penelitian Dendi Sumawan (2015), yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan”, menunjukkan hasil bahwa variabel promosi, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi penulis yaitu pada variabel bebas (X1) promosi dan (X2) harga dan variabel terikat (Y) kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti. Peneliti di atas obyek yang diteliti adalah usaha Soto Kudus Kauman, sedangkan penulis mengambil obyek penelitian adalah usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.
3. Penelitian IM Mardizal (2016), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Golden Futsal (Studi Kasus Seluruh Pelanggan Golden Futsal Jl.Dr. Sutomo No. 1 Simpang Haru Padang)”, menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan penelitian di atas dengan skripsi penulis yaitu pada variabel bebas (X1) harga dan (X2) promosi dan variabel terikat (Y) kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek yang diteliti. Peneliti di atas subyek yang diteliti adalah seluruh pelanggan Golden Futsal, sedangkan penulis mengambil subyek penelitian adalah konsumen travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.

E. Asumsi Penelitian



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Asumsi penelitian merupakan anggapan-anggapan tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dalam melakukan sebuah studi penelitian. Dalam melakukan studi penelitian ini peneliti menggunakan asumsi dasar sebagai berikut :

“Semakin baiknya promosi yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel dan penetapan harga yang tepat maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi”.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Penulis mengajukan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut;

- H_0 :
1. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam.
 2. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam.
 3. Tidak ada pengaruh antara harga dan promosi yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembילהan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembילהan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembילהan

- H_a :
1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspesktif Islam.
 2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspesktif Islam.
 3. Terdapat pengaruh antara harga dan promosi yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspesktif Islam.

Hipotesis Statistiknya :

- $H_0 : \rho = 0$,
1. Harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspektif Islam.
 2. Promosi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspektif Islam.
 3. Harga dan promosi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspektif Islam.
- $H_a : \rho \neq 0$,
1. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dalam Perspektif Islam.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam.
3. Harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam.

G. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah konsep yang dibangun dari teori yang digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti.⁶¹ Berdasarkan kerangka teoritis yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (X) yaitu harga (X_1) menggunakan teori dari Meithiana Indrasari dalam bukunya yang berjudul “pemasaran dan kepuasan pelanggan” dan promosi (X_2) menggunakan teori dari Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul “strategi pemasaran” dan satu variabel terikat (Y) kepuasan konsumen menggunakan teori dari Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul “strategi pemasaran”.

Untuk mengetahui indikator-indikator yang mengidentifikasi variabel harga (X_1), promosi (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) diambil dari teori-teori

⁶¹Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hal.57.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembילהan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembילהan

tentang harga, promosi dan kepuasan konsumen⁶², sehingga diperoleh indikatornya sebagai berikut:

1. Indikator harga (X_1)
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - c. Daya saing harga
 - d. Kesesuaian harga dengan manfaat
 - e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan
2. Indikator promosi (X_2)
 - a. *Personal selling* (penjualan personal)
 - b. Periklanan
 - c. Promosi penjualan
 - d. *Public relations* (hubungan masyarakat)
 - e. *Direct marketing* (pemasaran langsung)
3. Kepuasan konsumen (Y)
 - a. Bukti langsung (*tangibles*)
 - b. Keandalan (*reliability*)
 - c. Daya tangkap (*responsiveness*)
 - d. Jaminan (*assurance*)
 - e. Empati

⁶²Ir. Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.114.



STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini digunakan untuk menjawab teori dan hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan fakta dan data yang dikumpulkan dari sampel yang telah dipilih dari keseluruhan populasi di lapangan. Penelitian ini mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha rental mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam perspektif Islam.

Sugiyono mengatakan,

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.⁶³

Selanjutnya Sugiyono mengatakan, “metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis berupa statistik”.⁶⁴

Dari dua teori diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasil datanya berupa angka-angka.

⁶³Sugiyono, *Metodologi Penelitian dan Pengembangan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.

13.

⁶⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 7



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan di Jalan Pekan Arba Kecamatan Tembilahan.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian yaitu 3 bulan sesudah di laksanakannya seminar proposal dari mulai tanggal 10 Februari 2021 s/d 10 Mei 2021.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.

2. Objek penelitian

Objeknya adalah pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam perspektif Islam.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono menjelaskan, “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.⁶⁵ Sedangkan yang dimaksud dengan populasi

⁶⁵Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 61.

dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan yang berjumlah 581.

Tabel III.1
Jumlah Konsumen PT Tsalatsa Putri Abadi Travel
Bulan Oktober – Desember Tahun 2020

Konsumen	Jumlah Konsumen Per-Bulan		
	Oktober	November	Desember
Pria	88	93	102
Wanita	97	85	116

Sumber: Dara primer yang diolah

2. Sampel

Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Tindak Komprehensif menjelaskan,

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁶⁶

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Spesifikasi teknik sampling menggunakan *sampling kuota* yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.⁶⁷

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 156.



Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan oleh peneliti sebanyak 217 konsumen.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Angket/kuesioner

Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani menjelaskan,

Angket (questionnaire) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan penggunaan. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban.⁶⁸

2. Dokumentasi

Sugiyono menjelaskan, “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.⁶⁹ Teknik dokumentasi ini digunakan oleh penulis untuk memperoleh data tentang keadaan usaha rental mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”.⁷⁰ Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Penelitian ini

⁶⁸Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 214-215.

⁶⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 240.

⁷⁰*Ibid.*, hlm. 102.



menggunakan skala *likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata antara lain⁷¹:

Tabel III.2
Skor Untuk Jawaban Pernyataan

No	Respon	Skor
1	SS (sangat setuju)	5
2	ST (setuju)	4
3	RG (ragu-ragu)	3
4	TS (tidak setuju)	2
5	STS (sangat tidak setuju)	1

Sumber: Data primer yang diolah

Pada penelitian ini, angket diberikan kepada konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan. Angket ini digunakan untuk mengukur pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan.

G. Uji Coba Instrumen Penelitian

1. Uji validitas instrumen

Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat untuk mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁷²

⁷¹Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Op.Cit.hlm. 168.

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 7



Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).⁷³

2. Reliabilitas instrumen

Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran. Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁷⁴

⁷³Engkus, (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi, Jurnal *Governansi* Vol. 5, No. 2, diakses 7 Mei 2021, hlm. 104. <https://ojs.unida.ac.id/IGS/article/view/1956>

⁷⁴Sugiyono, *Op.Cit.*,





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliurasyidin Tembilahan

Pada program SPSS (22.0), metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang di mana satu kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,600.⁷⁵

H. Hasil Uji Coba Instrumen

1. Hasil validitas instrumen

Berdasarkan uji coba instrumen penelitian yang telah dilakukan di sampel penelitian sebanyak 20 responden dan dilakukan pengolahan uji coba validitas menggunakan program SPSS versi 22.0 untuk seluruh variabel penelitian meliputi harga, promosi dan kepuasan konsumen maka diperoleh hasil pada tabel dibawah ini:

Tabel III.3
Hasil Uji Validitas Instrumen

No.	Variabel	Jumlah Item	Jumlah Valid	Tidak Valid	
				Jumlah	Keterangan
1	Harga	10	10	0	0
2	Promosi	10	10	0	0
3	Kepuasan Konsumen	10	10	0	0

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel diatas, diketahui pada harga (X^1) ada 10 item pernyataan yang valid. Untuk variabel promosi (X^2) ada 10 item pernyataan yang valid. Dan untuk variabel kepuasan konsumen (Y) ada 10 item pernyataan yang valid.

⁷⁵Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm 181.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

2. Hasil uji coba reliabilitas

Berdasarkan uji coba instrument penelitian yang telah dilakukan diluar sampel penelitian sebanyak 20 responden dan dilakukan pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 22.0 untuk seluruh variabel penelitian meliputi harga, promosi dan kepuasan konsumen. Diketahui tingkat reliabilitas masing-masing variabel yang ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* maka diperoleh hasil pada tabel dibawah ini:

Tabel III.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Harga	0,784	Reliabel
2	Promosi	0,749	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,641	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel penelitian yang telah diuji cobakan memiliki hasil yang reliabel sehingga dinyatakan andal atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS (*Statistic Product and service*) for window version 22. Dalam penelitian ini model analisis data yang digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha rental mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dengan menggunakan model Analisis Regresi Berganda.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrastrydin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrastrydin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrastrydin Tembilahan

1. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) artinya variabel digunakan untuk mengetahui presentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel dependen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_a diterima atau variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Bisa juga dilihat dari tingkat signifikansinya. Jika $sig. > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $sig. < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)

dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi sederhana. Regresi berganda dipakai bila peneliti bermaksud memprediksikan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriteria) dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen (prediktor).⁷⁶

Analisis regresi berganda adalah alat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua atau lebih variabel bebas $X_1, X_2 \dots X_n$ terhadap satu variabel terikat Y .

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dalam menganalisis data, yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dengan pengaruh harga dan promosi sebagai variabel independen (bebas) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (terikat). Analisis ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

⁷⁶Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 379.



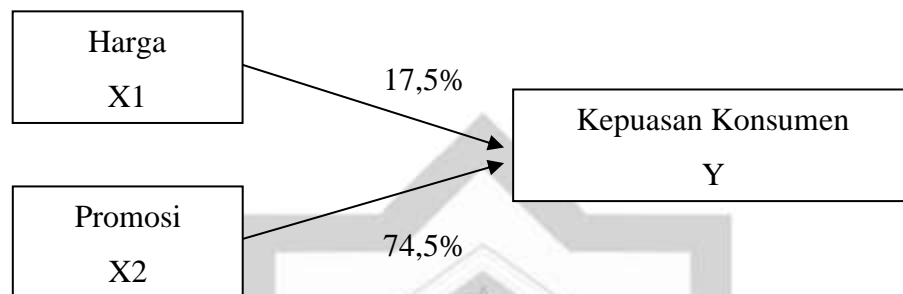


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Untuk memudahkan perhitungan model analisis ini digunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22.0 for windows.



Gambar III.1

Harga dan Promosi Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Berdasarkan gambar diatas, harga (X^1) mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 17,5% dan promosi (X^2) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 74,5%. Dimana nilai *R Square* menunjukkan angka sebesar 0.727, nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh harga (X^1) dan promosi (X^2) mempengaruhi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 72,7%.

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa travel yang menyediakan layanan transportasi antara Tembilahan-Pekanbaru dan Pekanbaru-Tembilahan. PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menyediakan beberapa pilihan transportasi mulai dari travel mobil, persewaan/rental mobil, carter mobil, dan pengiriman paket. PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel didirikan pada tahun 2020 hingga sekarang.

Pada awalnya perusahaan ini hanya menyediakan jasa transportasi dibidang persewaan/rental mobil saja, yang didirikan pada tahun 2013-2017 dengan nama perusahaan SHAIMA RAHMAH. Kemudian pada tahun 2018-2019 perusahaan ini melakukan kerjasama dengan menyediakan jasa transportasi persewaan/rental mobil dan travel mobil dengan nama PT. KITA-KITA.

Pada tahun 2020 terbentuklah perusahaan dengan nama PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel yang memisahkan diri dari PT. KITA-KITA. Dimana PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menyediakan jasa transportasi yang lebih banyak, dengan logo perusahaan seperti gambar di bawah ini:



Sumber: PT. Tsaltsa Putri Abadi Travel Tembilahan

Gambar IV.1 Logo PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



B. Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Penyajian Data

1. Penyajian data hasil dokumentasi

a. Visi dan Misi PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

1) Visi

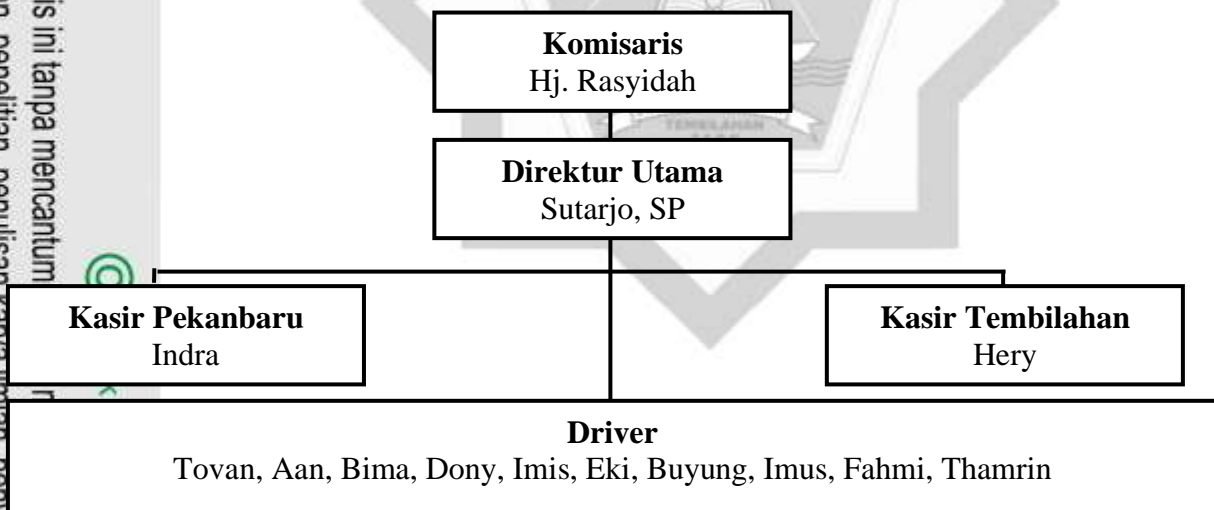
“Kepuasan konsumen adalah prioritas kami”

2) Misi PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

“Selalu memberikan pelayanan dan armada yang terbaik”

“PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan *give away* kepada konsumen”

b. Struktur Organisasi PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan



Sumber: PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan

Gambar IV.2 Struktur Organisasi PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan

2. Penyajian data hasil penelitian

Data yang disajikan berikut ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan. Data yang disajikan dalam bab ini adalah hasil angket tentang pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen yang diisi oleh 217 responden.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

Angket yang disebarkan dalam bentuk pernyataan dengan jumlah 30 butir pernyataan dengan masing-masing 10 butir pernyataan tentang harga (X^1), 10 butir pernyataan tentang promosi (X^2), dan 10 butir pernyataan tentang kepuasan konsumen (Y). Masing-masing instrumen memiliki 5 alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Data yang dikumpulkan melalui angket akan disajikan dalam bentuk tabel dan kemudian akan dianalisis. Hasil masing-masing jawaban responden dari angket tersebut disajikan seperti di bawah ini:

a. Penyajian data hasil angket variabel X^1 (Harga)

Dalam penelitian yang dilakukan melalui penyebaran angket kepada 217 orang responden bermaksud untuk mencari data tentang bagaimana harga, untuk lebih rincinya penulis menyajikan data berupa tabel sesuai dengan permasalahan.

Tabel IV.1

Harga jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terjangkau

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	64	29%
2	Setuju (S)	59	27%
3	Ragu-ragu (RG)	59	27%
4	Tidak Setuju (TS)	32	15%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	2%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 29% atau 64 responden sangat setuju bahwa harga jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terjangkau, 27% atau 59 responden menjawab



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

setuju dan ragu-ragu, 15% atau 32 responden menjawab tidak setuju dan 2% atau 3 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.2

Harga jasa travel yang ditawarkan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sesuai dengan kemampuan daya beli saya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	90	41%
2	Setuju (S)	36	17%
3	Ragu-ragu (RG)	55	25%
4	Tidak Setuju (TS)	35	16%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 41% atau 90 responden sangat setuju bahwa harga jasa travel yang ditawarkan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen, 17% atau 36 responden menjawab setuju, 25% atau 55 responden menjawab ragu-ragu, 16% atau 35 responden menjawab tidak setuju dan 1% atau 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.3

Saya menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena kendaraan yang ditawarkan baru dan layak digunakan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	79	36%
2	Setuju (S)	103	47%
3	Ragu-ragu (RG)	29	13%
4	Tidak Setuju (TS)	6	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 47% atau 103 responden menjawab setuju bahwa konsumen menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena kendaraan yang ditawarkan baru dan layak digunakan, 36% atau 79 responden menjawab sangat setuju, 13% atau 29 responden menjawab ragu-ragu, 4% atau 6 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.4

Sebelum saya menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terlebih dahulu saya membandingkan harga jasa travel dengan jasa travel lainnya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	132	61%
2	Setuju (S)	33	15%
3	Ragu-ragu (RG)	24	11%
4	Tidak Setuju (TS)	25	12%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 44% atau 96 responden menjawab sangat setuju bahwa sebelum konsumen menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terlebih dahulu konsumen membandingkan harga jasa travel dengan jasa travel lainnya, 35% atau 76 responden menjawab setuju, 15% atau 33 responden menjawab ragu-ragu, dan 1% atau 2 responden menjawab tidak setuju.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

 **Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

Tabel IV.5

Harga yang ditawarkan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel mampu bersaing dengan harga dari jasa travel lainnya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	74	34%
2	Setuju (S)	67	31%
3	Ragu-ragu (RG)	49	22%
4	Tidak Setuju (TS)	25	12%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 34% atau 74 responden menjawab sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel mampu bersaing dengan harga dari jasa travel lainnya, 31% atau 67 responden menjawab setuju, 22% atau 49 responden menjawab ragu-ragu, dan 12% atau 25 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.6

Apabila harga jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel lebih tinggi, saya lebih memilih menggunakan jasa travel lain

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	64	29%
2	Setuju (S)	48	22%
3	Ragu-ragu (RG)	68	31%
4	Tidak Setuju (TS)	35	16%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 31% atau 68 responden menjawab ragu-ragu bahwa apabila harga jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel lebih tinggi konsumen lebih



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

memilih jasa travel lain, 29% atau 64 responden menjawab sangat setuju, 22% atau 48 responden menjawab setuju, dan 2% atau 2 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.7

Setiap melakukan perjalanan saya selalu menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena dapat mengantarkan saya dengan selamat dan tepat waktu

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	15	7%
2	Setuju (S)	155	71%
3	Ragu-ragu (RG)	27	12%
4	Tidak Setuju (TS)	20	10%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 71% atau 155 responden menjawab setuju bahwa setiap melakukan perjalanan konsumen selalu menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel, 12% atau 27 responden menjawab ragu-ragu, 10% atau 20 responden menjawab tidak setuju, dan 7% atau 15 responden menjawab sangat setuju.

Tabel IV.8

Harga jasa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sudah sesuai dengan permintaan konsumen, karena harga jasa travel sesuai dengan fasilitas yang disediakan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	123	57%
2	Setuju (S)	53	24%
3	Ragu-ragu (RG)	31	14%
4	Tidak Setuju (TS)	8	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 57% atau 123 responden menjawab sangat setuju bahwa harga jasa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sudah sesuai dengan permintaan konsumen karena harga jasa travel sesuai dengan fasilitas yang disediakan, 24% atau 53 responden menjawab setuju, 14% atau 31 responden menjawab ragu-ragu, dan 4% atau 8 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 2 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.9

Saya memutuskan menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena manfaat yang saya peroleh sesuai dengan harga

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	131	60%
2	Setuju (S)	33	15%
3	Ragu-ragu (RG)	42	19%
4	Tidak Setuju (TS)	11	6%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 60% atau 131 responden menjawab sangat setuju bahwa konsumen memutuskan menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena manfaat yang konsumen peroleh sesuai dengan harga, 15% atau 33 responden menjawab setuju, 19% atau 42 responden menjawab ragu-ragu, dan 6% atau 11 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.10

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu memberikan potongan harga kepada saya sehingga mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian ulang

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	96	44%
2	Setuju (S)	76	35%
3	Ragu-ragu (RG)	33	15%
4	Tidak Setuju (TS)	10	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 61% atau 132 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu memberikan potongan harga kepada konsumen sehingga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang, 15% atau 33 responden menjawab setuju, 11% atau 24 responden menjawab ragu-ragu, 12% atau 25 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 3 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.11
Rekapitulasi Angket Variabel Harga

No.	Pernyataan	SS		S		RG		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	P.1	64	29%	59	27%	59	27%	32	15%	3	2%	217	100%
2	P.2	90	41%	36	17%	55	25%	35	16%	1	1%	217	100%
3	P.3	79	36%	103	47%	29	13%	6	4%	0	0%	217	100%
4	P.4	132	61%	33	15%	24	11%	25	12%	3	1%	217	100%
5	P.5	74	34%	67	31%	49	22%	25	12%	2	1%	217	100%
6	P.6	64	29%	48	22%	68	31%	35	16%	2	2%	217	100%
7	P.7	15	7%	155	71%	27	12%	20	10%	0	0%	217	100%
8	P.8	123	57%	53	24%	31	14%	8	4%	2	1%	217	100%
9	P.9	131	60%	33	15%	42	19%	11	6%	0	0%	217	100%
10	P.10	96	44%	76	35%	33	15%	10	5%	2	1%	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Mink STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel diatas, dari seluruh jawaban responden atas beberapa pernyataan didominasi oleh jawaban sangat setuju. Dimana nilai dan presentase tertinggi terdapat pada pernyataan “Sebelum saya menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terlebih dahulu saya membandingkan harga jasa travel dengan jasa travel lainnya”, yang artinya sebelum konsumen menggunakan jasa travel dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel konsumen terlebih dahulu akan membandingkan harga dengan jasa travel lain. Dan nilai dengan presentase terendah terdapat pada pernyataan “Setiap melakukan perjalanan saya selalu menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena dapat mengantarkan saya dengan selamat dan tepat waktu”, yang artinya masih ada konsumen yang setuju bahwa jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel dapat mengantarkan konsumen dengan selamat dan tepat waktu.

b. Penyajian data hasil angket variabel X² (Promosi)

Dalam penelitian yang dilakukan melalui penyebaran angket kepada 217 orang responden bermaksud untuk mencari data tentang bagaimana promosi, untuk lebih rincinya penulis menyajikan data berupa tabel sesuai dengan permasalahan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Tabel IV.12
Karyawan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel
memperkenalkan jasa perusahaannya secara langsung
kepada saya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	74	34%
2	Setuju (S)	83	38%
3	Ragu-ragu (RG)	48	22%
4	Tidak Setuju (TS)	10	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumer: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 38% atau 83 responden menjawab setuju bahwa karyawan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menyampaikan jasa perusahaannya secara langsung kepada konsumen, 34% atau 74 responden menjawab sangat setuju, 22% atau 48 responden menjawab ragu-ragu, 5% atau 10 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 2 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.13
Informasi yang disampaikan secara langsung mampu
menarik perhatian saya untuk menggunakan jasa travel
dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	97	45%
2	Setuju (S)	71	32%
3	Ragu-ragu (RG)	37	17%
4	Tidak Setuju (TS)	10	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 45% atau 97 responden menjawab sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan secara langsung mampu menarik perhatian saya untuk menggunakan jasa travel dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel, 32% atau 71 responden menjawab setuju, 17% atau 37 responden menjawab ragu-ragu, 5% atau 10 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 2 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.14

Iklan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel tersebar secara meluas sehingga saya mudah mengetahui tentang jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	99	46%
2	Setuju (S)	65	30%
3	Ragu-ragu (RG)	39	18%
4	Tidak Setuju (TS)	11	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 46% atau 99 responden menjawab sangat setuju bahwa iklan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel tersebar secara meluas sehingga konsumen mudah mengetahui tentang jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel, 30% atau 65 responden menjawab setuju, 18% atau 39 responden menjawab ragu-ragu, 5% atau 11 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 3 responden menjawab sangat tidak setuju.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Tabel IV.15

Iklan yang disampaikan mampu memberi keyakinan terhadap kualitas jasa travel yang ditawarkan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	114	53%
2	Setuju (S)	39	18%
3	Ragu-ragu (RG)	53	24%
4	Tidak Setuju (TS)	11	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 39% atau 85 responden menjawab sangat setuju bahwa iklan yang disampaikan mampu memberi keyakinan terhadap kualitas jasa travel yang ditawarkan, 32% atau 69 responden menjawab setuju, 19% atau 41 responden menjawab ragu-ragu, 9% atau 20 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 2 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.16

Promosi yang ditawarkan membujuk saya untuk menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	126	58%
2	Setuju (S)	48	22%
3	Ragu-ragu (RG)	32	15%
4	Tidak Setuju (TS)	11	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 58% atau 126 responden menjawab sangat setuju bahwa promosi yang ditawarkan membujuk konsumen untuk menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel, 22% atau 48 responden



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

menjawab setuju, 15% atau 32 responden menjawab ragu-ragu, dan 5% atau 11 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.17

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu memberikan potongan harga kepada konsumen yang berlangganan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	85	39%
2	Setuju (S)	69	32%
3	Ragu-ragu (RG)	41	19%
4	Tidak Setuju (TS)	20	9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 53% atau 114 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu memberikan potongan harga kepada konsumen yang berlangganan, 18% atau 39 responden menjawab setuju, 24% atau 53 responden menjawab ragu-ragu, dan 5% atau 11 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.18

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat demi menarik masyarakat menggunakan jasa travelnya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	87	40%
2	Setuju (S)	74	34%
3	Ragu-ragu (RG)	49	23%
4	Tidak Setuju (TS)	7	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 40% atau 87 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Abadi Travel menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat demi menarik masyarakat menggunakan jasa travelnya, 34% atau 74 responden menjawab setuju, 23% atau 49 responden menjawab ragu-ragu, dan 3% atau 7 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.19

***Give away* yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel pada setiap akhir bulan menarik minat masyarakat menjadi konsumen di jasa travel**

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	108	50%
2	Setuju (S)	50	23%
3	Ragu-ragu (RG)	50	23%
4	Tidak Setuju (TS)	9	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 50% atau 108 responden menjawab sangat setuju bahwa *give away* yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel pada setiap akhir bulan menarik minat masyarakat menjadi konsumen di jasa travel, 23% atau 50 responden menjawab setuju dan ragu-ragu, dan 4% atau 9 responden menjawab tidak setuju.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurassiyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurassiyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurassiyidin Tembilahan

Tabel IV.20
Perusahaan secara langsung memberikan informasi mengenai jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel kepada saya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	84	39%
2	Setuju (S)	72	33%
3	Ragu-ragu (RG)	54	25%
4	Tidak Setuju (TS)	7	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 39% atau 84 responden menjawab sangat setuju bahwa perusahaan secara langsung memberikan informasi mengenai jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel kepada konsumen, 33% atau 72 responden menjawab setuju, 25% atau 54 responden menjawab ragu-ragu, dan 3% atau 7 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.21
Saya mengetahui jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melalui promosi telepon secara langsung dari perusahaan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	87	40%
2	Setuju (S)	64	29%
3	Ragu-ragu (RG)	52	24%
4	Tidak Setuju (TS)	8	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	6	3%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 40% atau 87 responden menjawab sangat setuju bahwa konsumen mengetahui jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melalui promosi



telepon secara langsung dari perusahaan, 29% atau 64 responden menjawab setuju, 24% atau 52 responden menjawab ragu-ragu, 4% atau 8 responden menjawab tidak setuju, dan 3% atau 6 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.22
Rekapitulasi Angket Variabel Promosi

No.	Pernyataan	SS		S		RG		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	P.1	74	34%	83	38%	48	22%	10	5%	2	1%	217	100%
2	P.2	97	45%	71	32%	37	17%	10	5%	2	1%	217	100%
3	P.3	99	46%	65	30%	39	18%	11	5%	3	1%	217	100%
4	P.4	144	53%	39	18%	53	24%	11	5%	0	0%	217	100%
5	P.5	126	58%	48	22%	32	15%	11	5%	0	0%	217	100%
6	P.6	85	39%	69	32%	41	19%	20	9%	2	1%	217	100%
7	P.7	87	40%	74	34%	49	23%	7	3%	0	0%	217	100%
8	P.8	108	50%	50	23%	50	23%	9	4%	0	0%	217	100%
9	P.9	84	39%	72	33%	54	25%	7	3%	0	0%	217	100%
10	P.10	87	40%	64	29%	52	24%	8	4%	6	3%	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dari seluruh jawaban responden atas beberapa pernyataan didominasi oleh jawaban sangat setuju. Dimana nilai dan presentase tertinggi terdapat pada pernyataan “Iklan yang disampaikan mampu memberi keyakinan terhadap kualitas jasa travel yang ditawarkan”, yang artinya iklan yang ditawarkan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel mampu memberi keyakinan kepada konsumen terhadap kualitas jasanya. Dan nilai dengan presentase terendah terdapat pada pernyataan “PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat demi menarik masyarakat menggunakan jasa travelnya”, yang artinya masih ada konsumen yang setuju bahwa





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel mampu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat demi menarik masyarakat menggunakan jasa travelnya.

c. Penyajian data hasil angket variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Dalam penelitian yang dilakukan melalui penyebaran angket kepada 217 orang responden bermaksud untuk mencari data tentang bagaimana kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan, untuk lebih rincinya penulis menyajikan data berupa tabel sesuai dengan permasalahan.

Tabel IV.23

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan fasilitas yang saya butuhkan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	71	33%
2	Setuju (S)	83	38%
3	Ragu-ragu (RG)	56	26%
4	Tidak Setuju (TS)	7	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 38% atau 83 responden menjawab setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan fasilitas yang konsumen butuhkan, 33% atau 71 responden menjawab sangat setuju, 26% atau 59 responden



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

menjawab ragu-ragu, dan 3% atau 7 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.24

Saya merasa puas dengan adanya ruang tunggu yang disediakan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	94	43%
2	Setuju (S)	76	35%
3	Ragu-ragu (RG)	33	15%
4	Tidak Setuju (TS)	11	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	2%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 43% atau 94 responden menjawab sangat setuju bahwa konsumen merasa puas dengan adanya ruang tunggu yang disediakan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel, 35% atau 76 responden menjawab setuju, 15% atau 33 responden menjawab ragu-ragu, 5% atau 11 responden menjawab tidak setuju, dan 2% atau 3 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.25

Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sesuai dengan yang diharapkan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	101	47%
2	Setuju (S)	68	31%
3	Ragu-ragu (RG)	38	17%
4	Tidak Setuju (TS)	9	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 47% atau 101 responden menjawab sangat setuju bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sesuai dengan yang diharapkan, 31% atau 68 responden menjawab setuju, 17% atau 38 responden menjawab ragu-ragu, 4% atau 9 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.26

Karyawan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu peduli dan ramah setiap kali saya menggunakan jasa travelnya

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	75	35%
2	Setuju (S)	75	35%
3	Ragu-ragu (RG)	52	24%
4	Tidak Setuju (TS)	14	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 35% atau 75 responden menjawab sangat setuju dan setuju bahwa karyawan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu peduli dan ramah setiap kali konsumen menggunakan jasa travelnya, 24% atau 52 responden menjawab ragu-ragu, 5% atau 14 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 1 responden menjawab sangat tidak setuju.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

Tabel IV.27

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menyampaikan informasi keberangkatan dengan jelas

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	123	57%
2	Setuju (S)	55	25%
3	Ragu-ragu (RG)	29	13%
4	Tidak Setuju (TS)	10	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 57% atau 123 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menyampaikan informasi keberangkatan dengan jelas, 25% atau 55 responden menjawab setuju, 13% atau 29 responden menjawab ragu-ragu, dan 5% atau 10 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.28

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melakukan respon yang baik kepada saya saat melakukan *complain*

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	111	51%
2	Setuju (S)	40	18%
3	Ragu-ragu (RG)	52	25%
4	Tidak Setuju (TS)	14	6%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 51% atau 111 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melakukan respon yang baik kepada konsumen saat melakukan *complain*, 18% atau 40 responden menjawab setuju,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

25% atau 52 responden menjawab ragu-ragu, dan 6% atau 14 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.29

Saya merasa aman jika menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sopirnya tidak ugal-ugalan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	82	38%
2	Setuju (S)	76	35%
3	Ragu-ragu (RG)	53	24%
4	Tidak Setuju (TS)	6	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 38% atau 82 responden menjawab sangat setuju bahwa konsumen merasa aman jika menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sopirnya tidak ugal-ugalan, 35% atau 76 responden menjawab setuju, 24% atau 53 responden menjawab ragu-ragu, dan 3% atau 6 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.30

Saya merasa aman menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena ada jaminan kecelakaan dari jasa raharja yang diajukan oleh perusahaan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	100	46%
2	Setuju (S)	53	24%
3	Ragu-ragu (RG)	58	27%
4	Tidak Setuju (TS)	6	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

 **Hak Cipta Milik STAI Auiaurasyidin Tembilahan**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auiaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auiaurasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 46% atau 100 responden menjawab sangat setuju bahwa konsumen merasa aman menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena ada jaminan kecelakaan dari jasa raharja yang diajukan oleh perusahaan, 24% atau 53 responden menjawab setuju, 27% atau 58 responden menjawab ragu-ragu, dan 3% atau 6 responden menjawab tidak setuju.

Tabel IV.31

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan toleransi kepada saya saat terjadi perubahan jadwal booking

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	79	36%
2	Setuju (S)	74	34%
3	Ragu-ragu (RG)	55	25%
4	Tidak Setuju (TS)	9	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	-	-
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 36% atau 79 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan toleransi kepada konsumen saat terjadi perubahan jadwal booking, 34% atau 74 responden menjawab setuju, 25% atau 55 responden menjawab ragu-ragu, dan 5% atau 9 responden menjawab tidak setuju.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Tabel IV.32

PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan perhatian kepada saya dengan melakukan penjemputan kerumah sebelum keberangkatan

No	Pernyataan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	85	39%
2	Setuju (S)	70	32%
3	Ragu-ragu (RG)	52	24%
4	Tidak Setuju (TS)	8	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	1%
	Jumlah	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa 39% atau 85 responden menjawab sangat setuju bahwa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan perhatian kepada konsumen dengan melakukan penjemputan kerumah sebelum keberangkatan, 32% atau 70 responden menjawab setuju, 24% atau 52 responden menjawab ragu-ragu, 4% atau 8 responden menjawab tidak setuju, dan 1% atau 2 responden menjawab sangat tidak setuju.

Tabel IV.33

Rekapitulasi Angket Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS		S		RG		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	P.1	71	33%	83	38%	56	26%	7	3%	0	0%	217	100%
2	P.2	94	43%	76	35%	33	15%	11	5%	3	2%	217	100%
3	P.3	101	47%	68	31%	38	17%	9	4%	1	1%	217	100%
4	P.4	75	35%	75	35%	52	24%	14	5%	1	1%	217	100%
5	P.5	123	57%	55	25%	29	13%	10	5%	0	0%	217	100%
6	P.6	111	51%	40	18%	52	25%	14	6%	0	0%	217	100%
7	P.7	82	38%	76	35%	53	24%	6	3%	0	0%	217	100%
8	P.8	100	46%	53	24%	58	27%	6	3%	0	0%	217	100%
9	P.9	79	36%	74	34%	55	25%	9	5%	0	0%	217	100%
10	P.10	85	39%	70	32%	52	24%	8	4%	2	1%	217	100%

Sumber: Data primer yang diolah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Berdasarkan tabel diatas, dari seluruh jawaban responden atas beberapa pernyataan didominasi oleh jawaban sangat setuju. Dimana nilai dan presentase tertinggi terdapat pada pernyataan “PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melakukan respon yang baik kepada saya saat melakukan *complain*”, yang artinya pada saat konsumen melakukan *complain* respon yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sangat baik kepada konsumen. Dan nilai dengan presentase terendah terdapat pada pernyataan “Saya merasa aman jika menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sopirnya tidak ugal-ugalan”, yang artinya masih ada konsumen yang setuju bahwa sopir PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel tidak ugal-ugalan dalam mengendarai mobil.

C. Analisis Data

1. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien determinasi (R^2)

STAI AULIAURRASYIDIN

TEMbilahan

Tabel IV.34

Hasil Analisis Uji R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.727	.724	3.857

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga

Sumber Data: Hasil olahan SPSS



Berdasarkan Tabel IV.34 diketahui uji koefisien determinasi (Uji R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,727. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh harga (X^1) dan promosi (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 72,7% sedangkan sisanya yaitu 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari pembahasan yang diteliti.

b. Uji F

Tabel IV.35
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8473.627	2	4236.813	284.731	.000 ^b
	Residual	3184.336	214	14.880		
	Total	11657.963	216			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga

Sumber Data: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan Tabel IV.35 diketahui bahwa uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketepatan model regresi yang telah digunakan. Berdasarkan Uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $284,731 > F_{tabel} (3,04)$ dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

c. Uji T (Parsial)

Tabel IV.36
Hasil Analisis Uji T

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Prob.Sig		Keterangan
X ¹	3,543	1,970	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
X ²	20,419	1,970	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan

Berdasarkan Tabel IV.36 Uji T bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak. Sehingga dengan demikian dapat dilihat sebagai berikut:

1) Pengaruh harga (X¹) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga (X¹) terhadap kepuasan konsumen (Y) berpengaruh dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari variabel X¹ (harga) sebesar 3,543 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,970. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} dan nilai probabilitas sig lebih kecil dari pada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. “Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel dalam perspektif Islam”.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

2) Pengaruh promosi (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa promosi (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y) berpengaruh dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari variabel X^2 (promosi) sebesar 20,419 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,970. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} dan nilai probabilitas sig lebih kecil dari pada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. “Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi

3) Pengaruh antara harga (X^1) dan promosi (X^2) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga (X^1) promosi (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y) berpengaruh secara bersama-sama dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari variabel X^1 (harga) sebesar 3,543 dan nilai t_{hitung} dari variabel X^2 (promosi) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,970. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} dan nilai probabilitas sig lebih kecil dari pada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_03 ditolak dan H_{a3} diterima. “Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel dalam perspektif Islam”.



d. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dalam menganalisis data, yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dengan pengaruh harga dan promosi sebagai variabel independen (bebas) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (terikat). Untuk memudahkan perhitungan model analisis ini digunakan program *SPSS for Windows (22.0)*. Adapun hasil pengolahan analisis regresi berganda sebagai berikut:

Tabel IV.37
Hasil Output Estimasi Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.368	1.990		1.693	.092
	Harga	.175	.049	.137	3.543	.000
	Promosi	.745	.036	.790	20.419	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber Data: Hasil olahan SPSS

Berdasarkan Tabel IV.37 diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_1$$

$$= 3,368 + 0,175X_1$$

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 3,368 + 0,175X_1 + 0,745X_2$$

$$\hat{Y} = a + bX_2$$

$$= 3,368 + 0,745X_2$$

Berdasarkan nilai *output* yang ditampilkan pada Tabel IV.37 diketahui a = angka konstan dari *unstandardized coefficients* ini nilainya sebesar 3,368. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel harga dan promosi maka besarnya nilai kepuasan konsumen sebesar 3,368. Sedangkan b = angka koefisien regresi. Nilai harga sebesar 0,175 dan nilai promosi sebesar 0,745. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% harga (X^1) maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,175 dan untuk setiap penambahan 1% promosi (X^2) maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,745.

No.	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	$X_1.Y$	$X_2.Y$	$X_1.X_2$
1	47	38	47	2209	1444	2209	2209	1786	1786
2	31	28	32	961	784	1024	992	896	868
3	33	27	19	1089	729	361	627	513	891
4	26	18	27	676	324	729	702	486	468
5	34	22	28	1156	484	784	952	616	748
6	29	20	27	841	400	729	783	540	580
7	35	27	30	1225	729	900	1050	810	945
8	37	26	30	1369	676	900	1110	780	962
9	34	24	32	1156	576	1024	1088	768	816
10	37	40	37	1369	1600	1369	1369	1480	1480
11	32	27	28	1024	729	784	896	756	864
12	33	30	34	1089	900	1156	1122	1020	990
13	37	27	27	1369	729	729	999	729	999
14	43	47	47	1849	2209	2209	2021	2209	2021
15	38	35	34	1444	1225	1156	1292	1190	1330
16	46	41	36	2116	1681	1296	1656	1476	1886
17	36	29	32	1296	841	1024	1152	928	1044
18	44	42	32	1936	1764	1024	1408	1344	1848
19	43	46	46	1849	2116	2116	1978	2116	1978



No.	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	$X_1 \cdot Y$	$X_2 \cdot Y$	$X_1 \cdot X_2$
59	44	34	34	1936	1156	1156	1496	1156	1496
60	46	40	40	2116	1600	1600	1840	1600	1840
61	46	50	50	2116	2500	2500	2300	2500	2300
62	44	50	50	1936	2500	2500	2200	2500	2200
63	45	41	41	2025	1681	1681	1845	1681	1845
64	43	43	43	1849	1849	1849	1849	1849	1849
65	45	47	47	2025	2209	2209	2115	2209	2115
66	37	47	47	1369	2209	2209	1739	2209	1739
67	33	40	40	1089	1600	1600	1320	1600	1320
68	45	46	46	2025	2116	2116	2070	2116	2070
69	43	32	32	1849	1024	1024	1376	1024	1376
70	41	33	33	1681	1089	1089	1353	1089	1353
71	45	32	32	2025	1024	1024	1440	1024	1440
72	40	42	42	1600	1764	1764	1680	1764	1680
73	36	36	36	1296	1296	1296	1296	1296	1296
74	45	38	38	2025	1444	1444	1710	1444	1710
75	40	40	40	1600	1600	1600	1600	1600	1600
76	47	50	50	2209	2500	2500	2350	2500	2350
77	46	50	50	2116	2500	2500	2300	2500	2300
78	48	50	50	2304	2500	2500	2400	2500	2400
79	39	30	30	1521	900	900	1170	900	1170
80	31	30	30	961	900	900	930	900	930
81	44	46	46	1936	2116	2116	2024	2116	2024
82	41	40	40	1681	1600	1600	1640	1600	1640
83	46	50	50	2116	2500	2500	2300	2500	2300
84	42	46	46	1764	2116	2116	1932	2116	1932
85	38	40	40	1444	1600	1600	1520	1600	1520
86	44	50	50	1936	2500	2500	2200	2500	2200
87	48	50	50	2304	2500	2500	2400	2500	2400
88	46	49	49	2116	2401	2401	2254	2401	2254
89	39	40	40	1521	1600	1600	1560	1600	1560
90	30	50	50	900	2500	2500	1500	2500	1500
91	46	48	48	2116	2304	2304	2208	2304	2208
92	42	47	47	1764	2209	2209	1974	2209	1974
93	33	30	30	1089	900	900	990	900	990
94	48	50	50	2304	2500	2500	2400	2500	2400
95	40	40	40	1600	1600	1600	1600	1600	1600
96	40	40	40	1600	1600	1600	1600	1600	1600

L. Dilarang mengutamakan dan memprioritaskan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STAI Auurrasyidin Tembilihan

dan suatu masalah

Hak Cipta Milik STAI Auurrasyidin Tembilihan



2. Dilarang mengutamakan dan memprioritaskan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

No.	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	$X_1 \cdot Y$	$X_2 \cdot Y$	$X_1 \cdot X_2$
97	45	50	50	2025	2500	2500	2250	2500	2250
98	33	50	50	1089	2500	2500	1650	2500	1650
99	47	50	50	2209	2500	2500	2350	2500	2350
100	42	32	32	1764	1024	1024	1344	1024	1344
101	35	40	40	1225	1600	1600	1400	1600	1400
102	44	36	36	1936	1296	1296	1584	1296	1584
103	45	50	50	2025	2500	2500	2250	2500	2250
104	44	43	43	1936	1849	1849	1892	1849	1892
105	34	50	50	1156	2500	2500	1700	2500	1700
106	46	50	50	2116	2500	2500	2300	2500	2300
107	46	50	50	2116	2500	2500	2300	2500	2300
108	41	36	36	1681	1296	1296	1476	1296	1476
109	42	42	42	1764	1764	1764	1764	1764	1764
110	39	40	40	1521	1600	1600	1560	1600	1560
111	45	44	44	2025	1936	1936	1980	1936	1980
112	38	39	39	1444	1521	1521	1482	1521	1482
113	45	45	45	2025	2025	2025	2025	2025	2025
114	42	50	50	1764	2500	2500	2100	2500	2100
115	49	50	50	2401	2500	2500	2450	2500	2450
116	47	50	50	2209	2500	2500	2350	2500	2350
117	41	40	40	1681	1600	1600	1640	1600	1640
118	46	30	30	2116	900	900	1380	900	1380
119	48	49	49	2304	2401	2401	2352	2401	2352
120	39	46	46	1521	2116	2116	1794	2116	1794
121	47	36	36	2209	1296	1296	1692	1296	1692
122	44	43	43	1936	1849	1849	1892	1849	1892
123	40	50	50	1600	2500	2500	2000	2500	2000
124	39	50	50	1521	2500	2500	1950	2500	1950
125	45	45	45	2025	2025	2025	2025	2025	2025
126	34	31	31	1156	961	961	1054	961	1054
127	43	50	50	1849	2500	2500	2150	2500	2150
128	49	45	45	2401	2025	2025	2205	2025	2205
129	38	50	50	1444	2500	2500	1900	2500	1900
130	36	50	50	1296	2500	2500	1800	2500	1800
131	34	31	31	1156	961	961	1054	961	1054
132	44	43	43	1936	1849	1849	1892	1849	1892
133	42	50	50	1764	2500	2500	2100	2500	2100
134	28	45	45	784	2025	2025	1260	2025	1260



No.	X ₁	X ₂	Y	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²	X ₁ .Y	X ₂ .Y	X ₁ .X ₂
173	39	40	40	1521	1600	1600	1560	1600	1560
174	47	50	50	2209	2500	2500	2350	2500	2350
175	27	50	50	729	2500	2500	1350	2500	1350
176	48	50	50	2304	2500	2500	2400	2500	2400
177	38	30	30	1444	900	900	1140	900	1140
178	33	30	30	1089	900	900	990	900	990
179	44	46	46	1936	2116	2116	2024	2116	2024
180	41	40	40	1681	1600	1600	1640	1600	1640
181	39	50	50	1521	2500	2500	1950	2500	1950
182	43	46	46	1849	2116	2116	1978	2116	1978
183	44	40	40	1936	1600	1600	1760	1600	1760
184	47	50	50	2209	2500	2500	2350	2500	2350
185	33	50	50	1089	2500	2500	1650	2500	1650
186	26	49	49	676	2401	2401	1274	2401	1274
187	37	40	40	1369	1600	1600	1480	1600	1480
188	40	45	35	1600	2025	1225	1400	1575	1800
189	39	48	48	1521	2304	2304	1872	2304	1872
190	42	35	40	1764	1225	1600	1680	1400	1470
191	33	35	30	1089	1225	900	990	1050	1155
192	35	50	50	1225	2500	2500	1750	2500	1750
193	42	40	40	1764	1600	1600	1680	1600	1680
194	47	35	40	2209	1225	1600	1880	1400	1645
195	43	50	45	1849	2500	2025	1935	2250	2150
196	41	34	39	1681	1156	1521	1599	1326	1394
197	29	50	50	841	2500	2500	1450	2500	1450
198	36	40	40	1296	1600	1600	1440	1600	1440
199	32	35	40	1024	1225	1600	1280	1400	1120
200	39	36	35	1521	1296	1225	1365	1260	1404
201	40	30	35	1600	900	1225	1400	1050	1200
202	43	43	37	1849	1849	1369	1591	1591	1849
203	34	45	34	1156	2025	1156	1156	1530	1530
204	29	40	45	841	1600	2025	1305	1800	1160
205	26	45	40	676	2025	1600	1040	1800	1170
206	29	36	36	841	1296	1296	1044	1296	1044
207	35	40	33	1225	1600	1089	1155	1320	1400
208	32	34	40	1024	1156	1600	1280	1360	1088
209	41	40	36	1681	1600	1296	1476	1440	1640
210	37	39	39	1369	1521	1521	1443	1521	1443

L. Dilarang mengartikan dan memperbanyak atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STAI Auurrasyidin Tembilaan

uan suatu masalah

Hak Cipta Milik STAI Auurrasyidin Tembilaan



No.	X ₁	X ₂	Y	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²	X ₁ .Y	X ₂ .Y	X ₁ .X ₂
211	40	35	50	1600	1225	2500	2000	1750	1400
212	45	45	38	2025	2025	1444	1710	1710	2025
213	38	45	40	1444	2025	1600	1520	1800	1710
214	37	38	42	1369	1444	1764	1554	1596	1406
215	30	45	28	900	2025	784	840	1260	1350
216	28	35	27	784	1225	729	756	945	980
217	27	42	28	729	1764	784	756	1176	1134
	ΣX₁ =	ΣX₂ =	ΣY =	ΣX₁² =	ΣX₂² =	ΣY² =	ΣX₁.Y =	ΣX₂.Y =	ΣX₁.X₂ =
	8686	8935	8912	354814	381013	377666	360750	377377	361368

1) Menghitung rumus b

$$b_1 = \frac{(\Sigma X_2^2).(\Sigma X_1 Y) - (\Sigma X_1 X_2).(\Sigma X_2 Y)}{(\Sigma X_1^2).(\Sigma X_2^2) - (\Sigma X_1 X_2)^2}$$

$$= \frac{(13113,35).(4023,585) - (3720,949).(10424,37)}{(7133,834).(13113,35) - (3720,949)^2} = 0,175327$$

$$b_2 = \frac{(\Sigma X_1^2).(\Sigma X_2 Y) - (\Sigma X_1 X_2).(\Sigma X_1 Y)}{(\Sigma X_1^2).(\Sigma X_2^2) - (\Sigma X_1 X_2)^2}$$

$$= \frac{(7133,834).(10424,37) - (3720,949).(10424,37)}{(7133,834).(13113,35) - (3720,949)^2} = 0,745194$$

2) Menghitung rumus a

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} - b_1 \left(\frac{\Sigma X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\Sigma X_2}{n} \right)$$

$$= \frac{8912}{217} - 0,175327 \left(\frac{8686}{217} \right) - 0,745194 \left(\frac{8935}{217} \right) = 3,367729$$

2. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh harga (X¹) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai uji parsial (Uji T) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 3,543 terlihat dari besarnya t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} . Maka disimpulkan bahwa

harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini diartikan dengan penetapan harga yang tepat maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, dengan penetapan harga yang tidak tepat maka kepuasan konsumen akan semakin rendah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen yang mana dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.⁷⁷

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Agung yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh promosi (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai uji parsial (Uji T) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen sebesar 20,419 terlihat dari besarnya t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} . Maka disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini diartikan dengan semakin baiknya promosi yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel maka kepuasan konsumen

⁷⁷ Meithiana Indrasari, *Op.Cit.*, hlm. 46.



akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin buruknya promosi yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel maka kepuasan konsumen akan semakin rendah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan, untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tak cukup hanya mengembangkan produk, menetapkan harga, dan menggunakan saluran distribusi, tetapi juga harus didukung oleh kegiatan promosi.⁷⁸

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shinta Deni Kumalasari yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh antara harga (X^1) dan promosi (X^2) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai uji parsial (Uji T) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen sebesar 20,419 terlihat dari besarnya t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} . Maka disimpulkan bahwa

⁷⁸Imam Heryanto, *Op.Cit.*, hlm. 84.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini diartikan dengan semakin baiknya promosi yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin buruknya promosi yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel maka kepuasan konsumen akan semakin rendah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasional dan faktor personal atau *emotional factor*. Faktor situasional dan faktor emosional merupakan faktor eksternal perusahaan yang relatif sulit dikendalikan oleh perusahaan. Emosi konsumen dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau jasa. Pikiran atau perasaan konsumen (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon konsumen terhadap jasa.⁷⁹

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shinta Deni Kumalasari yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

⁷⁹Ahmad Syafiq, *Op.Cit.*, hlm. 110.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

d. Harga dan promosi dalam perspektif Islam

Harga dalam teori ekonomi Islam, di tentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual. Artinya, tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Jadi, harga yang ditetapkan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sesuai dengan penetapan harga dalam Islam karena adanya tawar menawar harga atau adanya permintaan dan penawaran. Adanya tawar menawar harga pada jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel itu terjadi pada harga untuk masyarakat umum sebesar Rp. 170.000. Dimana dari harga Rp. 170.000 bisa turun harga yang mana dipengaruhi oleh dua faktor yaitu hubungan keluarga dan teman dekat. Sedangkan harga untuk mahasiswa sebesar Rp. 150.000.

Promosi dalam Islam tidak mengandung unsur yang mengarah pada risiko tipuan atau *gharar*. Sarana iklan yang memikat, baik yang disampaikan dalam bentuk tulisan, lisan, maupun gambar hendaknya terbukti dan sesuai dengan realita tidak hanya sebatas untuk mengelabui konsumen dengan sarana iklan yang menarik.

Jadi, promosi yang dilakukan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sesuai dengan promosi dalam Islam karena promosi yang disampaikan sesuai dengan realita yang ada di usaha travel tersebut.



STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan terhadap data yang telah terkumpul dan kemudian diolah, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai jawaban dari pertanyaan rumusan masalah yang menjadi tujuan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan. Dimana harga (X^1) mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 17,5% sedangkan sisanya yaitu 82.5% dipengaruhi oleh variabel lain. Dimana harga yang ditetapkan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dikategorikan “kurang baik”. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penetapan harga yang tepat maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan. Dimana promosi (X^2) mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 74,5% sedangkan sisanya yaitu 25.5% dipengaruhi oleh variabel lain. Dimana promosi yang dilakukan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembילהan dikategorikan “baik”. Hal ini menunjukkan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang



Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

bahwa semakin baiknya promosi yang dilakukan Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

3. Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan. Dimana harga (X^1) dan promosi (X^2) mempengaruhi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 72.7%, sehingga sisanya yaitu 27.3% dipengaruhi oleh variable lain. Dimana harga dan promosi dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan dikategorikan “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baiknya promosi yang dilakukan Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan dan penetapan harga yang tepat maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.
4. Harga dan promosi pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilaan sesuai dengan perspektif Islam karena harga yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen sehingga tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu karena adanya tawar menawar harga atau adanya permintaan dan penawaran. Dimana harga jasa travel dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel untuk harga masyarakat umum bisa turun dengan dua faktor yaitu hubungan keluarga dan teman dekat dan promosi yang dilakukan sesuai dengan realita yang ada ditravel tersebut tanpa adanya tipuan atau *gharar* dalam sarana iklan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, peneliti memberikan saran yang berkaitan dengan pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada usaha travel mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan sebagai berikut:

Konsumen PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan sebaiknya lebih meningkatkan ketepatan waktu terhadap konfirmasi jam keberangkatan yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan.

Bagi perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan keselamatan konsumen dalam melakukan perjalanan hingga sampai ke tempat tujuan. Keselamatan untuk penumpang sangatlah penting untuk diperhatikan karena tingkat kepercayaan konsumen terhadap jasa yang digunakan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa travel itu kembali.

Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya memperluas penelitian untuk dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa travel mobil.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Alma, Buchari. (2016). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. (2004). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Alma, Buchari dan Ratih Hurriyanti. (2008). *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Aprianto, Ronal. (2016). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko BNJ Elektronik Kota Lubuk Linggau. *Jurnal Buletin Bisnis & Manajemen*. Vol. 02. No. 01. diakses 13 April 2021. <https://journal.buletin-bisnis-&-manajemen/pengaruh-promosi-dan-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan/co.id>

Arif, M Nur Rianto Al. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Bahri, Syabbul Bahri.. (2013). Hukum Promosi dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Episteme*. Volume 8. Nomor 1. diakses 27 April 2021. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/epis/article/view/41>

Boone, Louis E dan David L Kurtz. (2014). *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.

Bugin, Burhan. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Cannon, Joseph P dkk. (2009). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.

Engkus. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*. Vol. 5. No. 2. diakses 7 Mei 2021. <https://ojs.unida.ac.id/IGS/article/view/1956>

Eriyanto. (2011). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

Heryanto, Imam. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 9. No. 2. diakses 15 Februari 2021. <https://www.neliti.com/id/publications/163041/analisis-pengaruh-produk-harga-distribusi-dan-promosi-terhadap-keputusan-pembeli>

Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: UP Unitomo Press.

Palilingan, Christian Yosua dan J.A. Timboeleng, M.J. Paransa. (2013). Analisa Karakteristik Moda Transportasi Angkutan Umum Rute Manado Tomohon dengan Metode Analisa Biaya Operasional Kendaraan (BOK). *Jurnal Sipi Statik*. Vol. 1. No. 8. diakses 27 Februari 2021 hlm. 588. <https://id.scribd.com/document/376573104/Karakteristik-Moda-Transportasi-Angkutan-Umum-Manado>

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan Arrahim*. CV. Pustaka Jaya Ilmu.

Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategik. (2007). *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Kuncono, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.

Noor, Henry dan Faizal. (2010). *Ekonomi Media*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

_____. (2016). *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Siregar, Syofian. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.

Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. (2014). *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

_____. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suhendi, Hendy. (2016). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sutanto, Hery dan Khaerul Umam. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

Syafiq, Ahmad. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam. *Jurnal El-Faqih*. Vol. 5. No. 1. diakses 17 Maret 2021. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/faqih>

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

_____. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. (2000). *Business An Introduction*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.



STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

 Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

LAMPIRAN

Foto Hasil Dokumentasi Penelitian



Penjelasan angket kepada responden



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

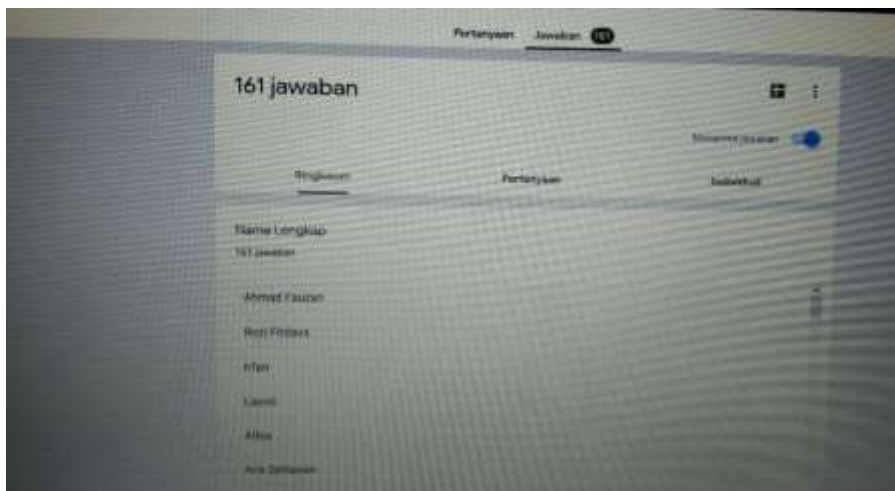
Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



Pengisian angket oleh responden



STAI AULIAURRASYIDIN



Penyebaran angket melalui google formulir



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilihan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilihan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilihan



Promosi yang dilakukan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilihan



ANGKET PENELITIAN

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nomor (di isi oleh peneliti) :
Nama/Inisial :
Jenis Kelamin : laki-laki Perempuan
Umur :

B. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada kolom yang telah disediakan.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan-pernyataan yang tersedia dengan memberikan tanda centang (√) atau Silang (X) dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Jika Anda **Sangat Setuju** dengan pertanyaan
S : Jika Anda **Setuju** dengan pertanyaan
RG : Jika anda **Ragu-ragu** dengan pertanyaan
TS : Jika Anda **Tidak Setuju** dengan pertanyaan
STS :Jika Anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pertanyaan

Contoh:

NO	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
	Pertanyaan menyangkut harga	√				

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



C. Harga (X¹)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1	Harga jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terjangkau.					
2	Harga jasa travel yang ditawarkan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sesuai dengan kemampuan daya beli saya.					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3	Saya menggunakan jasa travel di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena kendaraan yang ditawarkan baru dan layak digunakan.					
4	Sebelum saya menggunakan jasa travel di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel terlebih dahulu saya membandingkan harga jasa travel dengan jasa travel lainnya.					
Daya saing harga						
5	Harga yang ditawarkan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel mampu bersaing dengan harga dari jasa travel lainnya.					
6	Apabila harga jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel lebih tinggi, saya					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

	lebih memilih menggunakan jasa travel lain.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
7	Setiap melakukan perjalanan saya selalu menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena dapat mengantarkan saya dengan selamat dan tepat waktu.					
8	Harga jasa PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel sudah sesuai dengan permintaan konsumen, karena harga jasa travel sesuai dengan fasilitas yang disediakan.					
Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan						
9	Saya memutuskan menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena manfaat yang saya peroleh sesuai dengan harga.					
10	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu memberikan potongan harga kepada saya sehingga mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian ulang.					



D. Promosi (X²)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Personal Selling (Penjualan personal)						
1	Karyawan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memperkenalkan jasa perusahaannya secara langsung kepada saya.					
2	Informasi yang disampaikan secara langsung mampu menarik perhatian saya untuk menggunakan jasa travel dari PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel.					
Periklanan						
3	Iklan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel tersebar secara meluas sehingga saya mudah mengetahui tentang jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel.					
4	Iklan yang disampaikan mampu memberi keyakinan terhadap kualitas jasa travel yang ditawarkan.					
Promosi penjualan						
5	Promosi yang ditawarkan membujuk saya untuk menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel.					



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

6	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu memberikan potongan harga kepada konsumen yang berlangganan.					
Public Relations (Hubungan masyarakat)						
7	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat demi menarik masyarakat menggunakan jasa travelnya.					
8	Give Away yang dilakukan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel pada setiap akhir bulan menarik minat masyarakat menjadi konsumen di jasa travel.					
Direct marketing (pemasaran langsung)						
9	Perusahaan secara langsung memberikan informasi mengenai jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel kepada saya.					
10	Saya mengetahui jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melalui promosi telepon secara langsung dari perusahaan.					



E. Kepuasan Konsumen (Y)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Bukti langsung (<i>tangibles</i>)						
1	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan fasilitas yang saya butuhkan					
2	Saya merasa puas dengan adanya ruang tunggu yang disediakan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel.					
Keandalan (<i>reliability</i>)						
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sesuai dengan yang diharapkan.					
4	Karyawan PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel selalu peduli dan ramah setiap kali saya menggunakan jasa travelnya.					
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)						
5	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel menyampaikan informasi keberangkatan dengan jelas.					
6	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel melakukan respon yang baik kepada saya saat melakukan <i>complain</i> .					
Jaminan (<i>assurance</i>)						
7	Saya merasa aman jika menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena sopirnya tidak ugal-					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

	ugalan.					
8	Saya merasa aman menggunakan jasa travel PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel karena ada jaminan kecelakaan dari jasa raharja yang diajukan oleh perusahaan.					
Empati						
9	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan toleransi kepada saya saat terjadi perubahan jadwal booking.					
10	PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel memberikan perhatian kepada saya dengan melakukan penjemputan kerumah sebelum keberangkatan.					

Peneliti


MARIA ULFA
NIRM.1209.17.08292

Tembilahan, 10 Februari 2021
Mengetahui,
Dosen Pembimbing


SELVIANI, S.Pd., M.Pd.E
NIDN. 001209153

LAMPIRAN TABULASI DATA VARIABEL X.1

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
1	Ade Martanaya Alfi	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	47	4.7
2	Asma Laila	5	5	2	3	3	4	2	3	2	2	31	3.1
3	Fah	3	3	3	5	3	4	3	2	3	4	33	3.3
4	Ridatussoleha	2	3	3	4	2	4	2	2	2	2	26	2.6
5	Henda	2	3	3	4	4	5	3	3	3	4	34	3.4
6	Nurul Fadillah	2	3	2	4	3	5	2	2	3	3	29	2.9
7	Adnan	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	35	3.5
8	Sari Sarah	4	3	4	5	3	4	4	3	3	4	37	3.7
9	Siska	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	34	3.4
10	Khairah	5	4	4	5	3	2	5	4	3	2	37	3.7
11	Hisna	4	3	3	4	4	2	4	2	4	2	32	3.2
12	Mita Puspita	4	4	3	4	2	4	3	4	3	2	33	3.3
13	Suci Faridayanti	4	5	4	3	4	5	3	3	4	2	37	3.7
14	Nanda Eko Saputra	2	4	5	5	4	4	4	5	5	5	43	4.3
15	Fahim	2	5	4	3	3	3	4	4	5	5	38	3.8
16	Kiki	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6
17	Herawati	4	2	5	2	1	5	5	4	5	3	36	3.6
18	Sisano	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	44	4.4
19	Muhammad Rahman	5	3	5	4	5	4	2	5	5	5	43	4.3
20	Ridiasyah	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
21	Riki Pradana	2	1	5	4	5	3	4	5	5	5	39	3.9

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
22	Arisa Rahmayanti	4	4	4	5	3	4	2	5	5	5	41	4.1
23	Rahmad Saputra	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	42	4.2
24	Meji Putra	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	40	4.0
25	Ramadania	2	2	5	4	4	5	4	5	2	1	34	3.4
26	Dina Mariani	2	2	4	5	3	1	4	5	4	4	34	3.4
27	Ibnu	2	2	4	3	4	3	4	4	5	5	36	3.6
28	Jamah	5	4	4	5	3	3	4	4	5	3	40	4.0
29	Suryadi	5	4	4	5	3	3	5	5	3	5	42	4.2
30	Yosi	4	5	3	3	4	3	4	4	5	5	40	4.0
31	Sinta	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	45	4.5
32	Nirmala Sari	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46	4.6
33	Fani	5	2	5	5	4	3	4	5	5	5	43	4.3
34	Daniel	4	3	4	2	2	2	4	3	4	4	32	3.2
35	Inah	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6
36	Merinda	4	5	4	4	3	3	3	3	5	4	38	3.8
37	Meklis	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	40	4.0
38	Irfan Taufik	5	2	4	1	1	3	3	5	5	5	34	3.4
39	Dende	4	3	4	2	2	2	3	3	4	4	31	3.1
40	Wahyuni	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
41	Santika	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6
42	Siti Asyiah	4	3	4	2	2	2	4	3	4	4	32	3.2
43	Agustian	5	5	5	5	5	4	2	5	5	1	42	4.2
44	M. Firdaus	4	3	4	3	2	2	2	5	5	5	35	3.5

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
45	Herman	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	46	4.6
46	Andi Allah	4	5	4	5	3	3	5	5	4	5	43	4.3
47	Mira	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6
48	Sahrul	4	3	4	4	2	2	2	4	4	2	31	3.1
49	Riko	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	45	4.5
50	Keke	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	35	3.5
51	Zulkifli	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6
52	Esa	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	44	4.4
53	Orelia	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	46	4.6
54	Ilham	4	2	4	3	3	2	5	4	4	4	35	3.5
55	Mahd	5	2	5	5	5	5	3	5	5	5	45	4.5
56	Junk	2	5	5	4	5	5	4	5	5	5	45	4.5
57	Ran	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
58	Darmawi	3	5	5	3	5	2	4	5	3	4	39	3.9
59	Rahma	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	44	4.4
60	Malyana	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	46	4.6
61	Yayu	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	46	4.6
62	Indri	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	44	4.4
63	Dony	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45	4.5
64	Winda	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	43	4.3
65	Ismar	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	45	4.5
66	Zo Arilia	2	5	4	3	3	4	3	5	3	5	37	3.7
67	Supriadi	2	3	4	5	3	3	3	4	3	3	33	3.3



NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
68	Gusti Randa	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	45	4.5
69	Tara Harkasih	3	5	5	4	4	3	4	5	5	5	43	4.3
70	Aris Setiawan	2	3	4	4	4	5	4	5	5	5	41	4.1
71	Dewi	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	45	4.5
72	Evyi	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40	4.0
73	Febi Patri	3	2	3	3	3	3	5	4	5	5	36	3.6
74	Ayuda	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	45	4.5
75	Inan	3	5	3	3	4	3	5	4	5	5	40	4.0
76	Falsa	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47	4.7
77	Sheri	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	46	4.6
78	Zaura	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48	4.8
79	Mstajim	5	5	4	3	3	2	2	5	5	5	39	3.9
80	Sandi	4	4	4	2	2	2	2	3	4	4	31	3.1
81	Sarriaa	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
82	Mifta	5	5	4	4	2	3	4	4	5	5	41	4.1
83	Nur Hkma	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	46	4.6
84	Inron	5	5	4	4	4	4	4	5	2	5	42	4.2
85	Ema	4	5	4	4	2	3	2	4	5	5	38	3.8
86	Wanta	3	5	5	5	3	5	5	4	5	4	44	4.4
87	Ema	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48	4.8
88	Badi	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	46	4.6
89	Martius	3	5	4	3	4	3	3	4	5	5	39	3.9
90	Adrian	3	4	3	4	3	2	4	2	3	2	30	3.0

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
91	Hamman	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46	4.6
92	Zulkamain	2	3	5	4	4	5	4	5	5	5	42	4.2
93	Ibbal	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	33	3.3
94	Dwi Hartono	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48	4.8
95	Anggrani	5	5	4	3	4	3	2	4	5	5	40	4.0
96	Fahli	3	3	4	5	4	3	4	4	5	5	40	4.0
97	Lisa	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	45	4.5
98	Fadliyanti	3	5	5	3	3	2	4	3	3	2	33	3.3
99	Yusliar	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47	4.7
100	Desriani	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4.2
101	Taufik Rahman	3	3	4	5	3	3	4	3	4	3	35	3.5
102	Nir Wita	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	44	4.4
103	Sabowo	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	45	4.5
104	Irfan	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
105	Septi	2	2	3	5	3	5	4	3	4	3	34	3.4
106	Tina Asti	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	46	4.6
107	Vijinjah	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	46	4.6
108	Leni	3	5	4	4	4	3	4	4	5	5	41	4.1
109	Bayu	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	42	4.2
110	Nha	2	3	4	5	4	3	4	4	5	5	39	3.9
111	Nurdin	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	45	4.5
112	Samsidik	3	3	4	5	3	3	4	4	4	5	38	3.8
113	Widya Wati	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45	4.5

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
111	M. Yamin	3	3	5	5	5	4	4	5	3	5	42	4.2
115	Rika Agustina	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	4.9
116	Amad Zaki	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
117	Arliansyah	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	41	4.1
118	Fiti	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	46	4.6
119	Heny Yati	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48	4.8
120	Winarni	3	3	5	5	3	4	4	5	5	2	39	3.9
121	Chandra	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
122	Radhita Saputra	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
123	Yoga Akbar	2	3	4	5	5	4	4	5	4	4	40	4.0
124	Dani Sulastri	3	5	5	3	2	5	4	5	3	4	39	3.9
125	Satrio	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45	4.5
126	Hermanto	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	34	3.4
127	M. Nur Fajri	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	43	4.3
128	Yudiono	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	4.9
129	Hasnifa	4	5	3	2	5	3	4	5	3	4	38	3.8
130	Wirda Sari	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	36	3.6
131	Rozi Ardous	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	34	3.4
132	Titi Bahayu	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
133	Said Muammar	4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	42	4.2
134	Dimas	3	2	2	5	3	3	2	3	3	2	28	2.8
135	Meswandi	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	42	4.2
136	Hendra	3	2	4	5	3	3	4	3	3	3	33	3.3

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
137	Wewi Sagita	3	3	3	5	4	2	3	1	3	2	29	2.9
138	Putri Santia	3	2	5	4	4	3	4	3	3	4	35	3.5
139	Jenia	5	5	4	3	5	3	4	5	5	5	44	4.4
140	Fajar	4	4	4	1	2	2	4	4	4	4	33	3.3
141	Linda	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47	4.7
142	Rafasya	2	3	5	5	4	5	4	5	5	5	43	4.3
143	Kamisah	1	2	4	3	3	5	4	4	4	5	35	3.5
144	Affin Ahmad	4	5	4	3	3	3	4	4	4	5	39	3.9
145	Andran	2	2	5	4	3	3	3	2	3	2	29	2.9
146	Khadiah	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	44	4.4
147	Julia Ratma	4	5	5	5	4	5	4	3	2	2	39	3.9
148	Yusfira	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	4.9
149	Saris	3	3	4	5	4	2	4	5	3	5	38	3.8
150	Zalva	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48	4.8
151	Norhanah	2	2	4	5	5	3	4	4	5	5	39	3.9
152	Sevi	1	2	4	4	4	3	4	5	4	2	33	3.3
153	Ah Wibowo	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
154	MAska	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45	4.5
155	Farrozi	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
156	Rizki Ikhsan	4	5	3	5	5	3	4	5	4	5	43	4.3
157	Pasarihu	3	3	4	5	5	4	4	5	5	5	43	4.3
158	Ahmad Fauzan	2	2	4	5	5	3	4	4	5	5	39	3.9
159	Aulia	3	3	2	5	2	2	4	3	2	2	28	2.8

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
160	Fitri Masryah	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48	4.8
161	Eka Wulandari	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46	4.6
162	Mega Sari	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
163	Dea Amelia	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46	4.6
164	Abbar Arief	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	44	4.4
165	Anna Mitra	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	41	4.1
166	Febrika	2	3	5	4	4	5	4	5	5	5	42	4.2
167	Nadia	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
168	Juliana Astanti	1	3	4	4	4	5	4	5	5	5	40	4.0
169	Eviliana	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47	4.7
170	Kema	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
171	Fari	2	3	5	3	3	3	4	4	5	5	37	3.7
172	Eti Narto	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45	4.5
173	Azani Jaidi	3	3	3	5	4	3	4	4	5	5	39	3.9
174	Dian Prades	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
175	Romi Lrawan	3	2	3	5	2	2	4	2	3	1	27	2.7
176	Nanaig	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48	4.8
177	Muhammad Habibi	2	3	4	5	3	2	4	5	5	5	38	3.8
178	Monica	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	33	3.3
179	Rhea	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	44	4.4
180	Irdan Hasan	5	5	4	4	2	3	4	4	5	5	41	4.1
181	Fadil	3	2	3	5	5	5	4	5	3	4	39	3.9
182	Ayi Febriansyah	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	43	4.3

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
183	Erlang	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44	4.4
184	Sonia	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47	4.7
185	Tasya	3	2	3	5	3	2	4	5	3	3	33	3.3
186	Cici Nurjannah	3	2	4	3	2	2	3	3	2	2	26	2.6
187	Novaldo	3	5	4	3	3	3	4	4	3	5	37	3.7
188	Dosi Kurnia Sari	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	40	4.0
189	Khairanisa	3	3	4	5	5	4	4	3	5	3	39	3.9
190	Zanah	4	5	5	4	4	3	4	5	5	3	42	4.2
191	Suzana	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	33	3.3
192	Irfah	3	3	3	5	5	2	4	4	3	3	35	3.5
193	Redo Maulana	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	42	4.2
194	Mift Ali	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47	4.7
195	Samsul Heri	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	43	4.3
196	Leni Sukma	3	3	3	5	5	5	4	5	3	5	41	4.1
197	Reza Putra	3	3	4	4	3	3	2	3	2	2	29	2.9
198	Wwi Octa	4	5	2	3	4	3	4	4	3	4	36	3.6
199	Rafiah	3	2	5	3	3	3	4	3	3	3	32	3.2
200	Khairuddin	3	3	3	5	3	4	4	5	4	5	39	3.9
201	Adli	4	5	3	5	3	5	4	5	3	3	40	4.0
202	Raka	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	43	4.3
203	Rahmah	3	3	3	5	5	2	4	3	3	3	34	3.4
204	Firdaus	3	3	2	5	3	2	3	3	2	3	29	2.9
205	Adam	3	3	3	4	2	1	2	3	2	3	26	2.6

NO RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Harga (X ¹)										TOTAL	RATAAN
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
206 Ayka	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	29	2.9
207 Ayu Andera	2	3	5	4	4	3	4	4	3	3	35	3.5
208 Lism	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	32	3.2
209 Adika	2	3	5	4	4	4	4	5	5	5	41	4.1
210 Dayu	2	3	4	5	3	3	4	4	4	5	37	3.7
211 Why Amri	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	40	4.0
212 Heru	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45	4.5
213 Herd	4	5	4	5	3	2	4	5	3	3	38	3.8
214 Suci Adilah	3	3	3	5	5	2	4	3	5	4	37	3.7
215 Tony Kurniawan	2	2	4	3	3	3	4	4	3	2	30	3.0
216 Tazki	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	28	2.8
217 Rani Cahara	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	27	2.7
Jumlah	800	842	906	905	837	786	816	942	935	917	8686	
Rataan	3.7	3.9	4.2	4.2	3.9	3.6	3.8	4.3	4.3	4.2	40.0	

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

LAMPIRAN TABULASI DATA VARIABEL X.2

No	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
1	Ade Martanaya Alfi	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	38	3.8
2	Asma Laila	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	28	2.8
3	Fira	2	1	3	2	3	3	3	5	2	3	27	2.7
4	Raidatussoleha	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	18	1.8
5	Hendri	2	2	1	3	3	2	3	3	2	1	22	2.2
6	Nurul Fadillah	1	1	1	1	3	2	4	3	2	2	20	2.0
7	Abdan	4	3	2	2	2	2	4	4	3	1	27	2.7
8	Siti Sarah	4	2	2	2	2	3	4	3	3	1	26	2.6
9	Siska	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	24	2.4
10	Khairiah	5	4	3	2	5	3	5	4	4	5	40	4.0
11	Hasna	3	2	4	2	3	2	2	3	4	2	27	2.7
12	Mita Puspita	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	30	3.0
13	Susi Faridayanti	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	27	2.7
14	Nanda Eko Saputra	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
15	Fahmi	4	4	2	1	4	3	4	4	5	4	35	3.5
16	Kiki	4	5	2	5	3	5	2	5	5	5	41	4.1
17	Herawati	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	29	2.9
18	Sisanto	5	5	3	3	2	4	5	5	5	5	42	4.2
19	Mohammad Rahman	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46	4.6
20	Radiansyah	3	3	4	5	5	5	2	2	5	5	39	3.9
21	Riki Pradana	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37	3.7

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
22	Amisa Rahmayanti	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	3.1
23	Rahmad Saputra	3	2	3	2	2	2	5	3	4	2	28	2.8
24	Meji Putra	2	3	2	2	3	2	3	3	3	1	24	2.4
25	Ramadania	2	3	3	2	5	5	3	3	2	2	30	3.0
26	Dina Mariani	2	2	3	3	2	2	3	4	2	1	24	2.4
27	Ibu	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45	4.5
27	Jajah	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	39	3.9
29	Surjadi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
30	Yesi	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40	4.0
31	Sinta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
31	Normala Sari	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47	4.7
33	Fahri	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	35	3.5
34	Daniel	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
35	Indah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
36	Merinda	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
37	Muklis	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
38	Imam Taufik	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
39	Dendy	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
40	Wahyuni	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
41	Santika	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
42	Siti Aisyah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
43	Agustian	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38	3.8
44	M. Firdaus	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	31	3.1

NO RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10			
91	Hamran	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4.8
92	Zulkarnain	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
93	Icbal	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
94	Dwi Hartono	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
95	Agggiani	4	4	3	4	2	5	5	5	4	4	40	4.0
96	Falli	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	40	4.0
97	Lisa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
98	Fadliyanti	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
99	Yaslizar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
100	Desriani	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
101	Tufik Rahman	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40	4.0
102	Ner Wita	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	36	3.6
103	Sapowo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
104	Irfan	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43	4.3
105	Septi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
106	Tina Asti	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
107	Verjiniyah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
108	Leni	3	3	4	3	5	4	4	3	3	3	36	3.6
109	Bayu	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	4.2
110	Nina	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40	4.0
111	Nardin	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	44	4.4
112	Samsidik	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	39	3.9
113	Widya Wati	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45	4.5

No	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
17	M. Yamin	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
18	Rika Agustina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
19	Ahmad Zaki	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
20	Artiansyah	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40	4.0
21	Feri	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
22	Heny Yati	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4.9
23	Winarmi	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46	4.6
24	Chandra	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	36	3.6
25	Raditia Saputra	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43	4.3
26	Yoga Akbar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
27	Dini Sulastri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
28	Sahrin	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	45	4.5
29	Hermanto	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	31	3.1
30	M. Nur Fajri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
31	Yuditono	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45	4.5
32	Hasnita	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
33	Warda Sari	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
34	Rozi Firdaus	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	3.1
35	Teti Rahayu	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	43	4.3
36	Said Muammar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
37	Dimas	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	45	4.5
38	Maswandi	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45	4.5
39	Hendra	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	42	4.2

No	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
60	Fimansyah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
61	Eka Wulandari	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.1
62	Mega Sari	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	43	4.3
63	Dea Amelia	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
64	Albar Arief	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
65	Anna Mitra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
66	Febrika	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46	4.6
67	Nadia	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
68	Jelvina Astanti	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	33	3.3
69	Evrihana	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
70	Kemal	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42	4.2
71	Fahri	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	36	3.6
72	Eti Narto	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38	3.8
73	Azam Jaidi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
74	Dian Prades	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
75	Romi Irawan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
76	Nenang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
77	Muhammad Habibi	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
78	Monita	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
79	Rina	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46	4.6
80	Irdan Hasan	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	40	4.0
81	Fadil	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
82	Ayi Febriansyah	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46	4.6

No	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
81	Edang	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
82	Senia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
83	Tasya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
84	Cici Nurjannah	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	4.9
85	Novario	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	40	4.0
86	Desi Kurnia Sari	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	45	4.5
87	Khairunisa	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4.8
90	Zainal	3	5	3	4	3	5	2	3	3	4	35	3.5
91	Sandi	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35	3.5
92	Indah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
93	Redo Maulana	4	4	3	4	2	5	5	5	4	4	40	4.0
94	Mufti Ali	3	5	4	5	3	3	2	3	4	3	35	3.5
95	Samsul Heri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
96	Leni Sukma	3	5	4	3	4	3	3	2	3	4	34	3.4
97	Reza Putra	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
198	Wiw Octa	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40	4.0
199	Radiah	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	35	3.5
200	Khairudin	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	36	3.6
201	Aldi	3	4	3	3	2	3	3	4	3	2	30	3.0
202	Riska	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43	4.3
203	Rahmah	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	45	4.5
204	Firdaus	3	5	3	5	4	3	5	5	4	3	40	4.0
205	Adam	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	45	4.5

No	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Promosi (X ²)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
06	Arika	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	36	3.6
07	Ayu Andera	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40	4.0
08	Lusmi	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	34	3.4
09	Andika	4	4	3	3	5	3	5	5	4	4	40	4.0
10	Dayat	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	39	3.9
11	Wahyu Amri	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	35	3.5
12	Heru	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	45	4.5
13	Hardi	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	45	4.5
14	Sei Fadilah	3	4	3	3	5	3	4	5	3	5	38	3.8
15	Tomy Kurniawan	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45	4.5
16	Tzkie	3	4	3	5	3	3	4	3	4	3	35	3.5
17	Reni Sahara	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	42	4.2
	Jumlah	868	902	897	867	940	907	892	909	884	869	8935	
	Rata-rata	4	4.2	4.1	3.9	4.3	4.2	4.1	4.2	4.1	4.0	41.2	

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembila



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
rang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah dan menyebutkan sumber
rang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjau
rang mengutip tidak merusaknya sebagai barang yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembila
rang mengemukakan dan memperbanyak atau sebarkan atau selanjutnya STAI Auliaurrasyidin Tembila

LAMPIRAN TABULASI DATA VARIABEL X.3

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
1	Ade Martanaya Alfi	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	47	4.7
2	Asma Laila	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	32	3.2
3	Fira	2	1	2	2	2	2	2	3	2	1	19	1.9
4	Rafatussoleha	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	27	2.7
5	Hendri	2	1	2	3	4	3	3	3	3	4	28	2.8
6	Nuul Fadillah	3	3	3	4	3	2	3	3	2	1	27	2.7
7	Abdan	4	4	3	3	4	2	3	3	2	2	30	3.0
8	Siti Sarah	4	4	2	3	4	2	3	2	2	4	30	3.0
9	Siska	4	3	3	4	4	3	2	3	4	2	32	3.2
10	Khairiah	3	2	5	4	3	2	5	4	4	5	37	3.7
11	Husna	3	2	2	4	3	3	2	4	3	2	28	2.8
12	Mira Puspita	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	34	3.4
13	Susi Faridayanti	3	1	2	3	3	3	3	2	3	4	27	2.7
14	Nada Eko Saputra	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
15	Fahmi	2	4	1	4	4	5	4	2	4	4	34	3.4
16	Kiki	4	5	3	5	2	2	5	3	5	2	36	3.6
17	Herawati	5	3	4	1	2	3	3	4	4	3	32	3.2
18	Susanto	2	4	5	5	3	3	2	3	3	2	32	3.2
19	Muhammad Rahman	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46	4.6
20	Rudiansyah	3	2	2	4	5	5	3	3	3	5	35	3.5
21	Riki Pradana	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	35	3.5

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
2	Angsa Rahmayanti	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	29	2.9
3	Rahmad Saputra	3	2	5	4	5	5	5	3	4	4	40	4.0
4	Meni Putra	4	4	5	4	5	5	4	5	3	3	42	4.2
5	Ramadania	5	5	3	3	2	2	4	3	5	5	37	3.7
6	Dina Mariani	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	3.9
7	Ibn	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45	4.5
8	Janah	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	39	3.9
9	Suryadi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
10	Yeni	5	3	3	2	2	2	3	4	4	3	31	3.1
11	Sinta	5	5	4	2	5	5	5	2	5	3	41	4.1
12	Nurmal Sari	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47	4.7
13	Fan	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	35	3.5
14	Daniel	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
15	Indah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
16	Meinda	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
17	Muklis	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
18	Imam Taufik	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
19	Deedy	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
20	Wahyuni	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
21	Santika	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
22	Siti Aisyah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
23	Agstian	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38	3.8
24	M. Firdaus	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	31	3.1

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
01	Hannan	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4.8
02	Zulkarnain	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
03	iqbal	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
04	Dwi Hartono	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
05	Anggiani	4	4	3	4	2	5	5	5	4	4	40	4.0
06	faedi	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	40	4.0
07	Lisa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
08	Fachriyanti	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
09	Yulizar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
00	Desriani	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
01	Tafik Rahman	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40	4.0
02	Nur Wita	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	36	3.6
03	Sabowo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
04	Irfan	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43	4.3
05	Segi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
06	Fina Astri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
07	Virginiah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
08	Levi	3	3	4	3	5	4	4	3	3	3	36	3.6
09	Bayu	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	4.2
10	Nina	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40	4.0
11	Nurdin	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	44	4.4
12	Samsidik	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	39	3.9
13	Widya Wati	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45	4.5

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
14	M. Yamin	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
15	Rika Agustina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
16	Ahmad Zaki	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
17	Arhansyah	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40	4.0
18	Fitri	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
19	Heri Yati	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4.9
20	Winarma	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46	4.6
21	Chandra	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	36	3.6
22	Radhia Saputra	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43	4.3
23	Yoga Akbar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
24	Diya Sulastri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
25	Sahrin	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	45	4.5
26	Hermanto	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	31	3.1
27	Ma Nur Fajri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
28	Yuditono	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45	4.5
29	Hasnita	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
30	Winda Sari	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
31	Rozli Firdaus	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	3.1
32	Tuti Rahayu	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	43	4.3
33	Sari Muammar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
34	Dinas	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	45	4.5
35	Maewandi	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45	4.5
36	Hendra	5	3	4	4	4	4	4	5	3	5	41	4.1

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
60	Firmansyah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
61	Eka Wulandari	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.1
62	Mega Sari	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	43	4.3
63	Dea Amelia	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
64	Albar Arief	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4.7
65	Arma Mitra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
66	Febrika	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46	4.6
67	Nadra	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
68	Juliana Astanti	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	33	3.3
69	Evrihana	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	32	3.2
70	Keval	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42	4.2
71	Fabri	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	36	3.6
72	Edu Narto	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38	3.8
73	Azam Jardi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
74	Dian Prades	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
75	Romi Irawan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
76	Nawang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
77	Mohammad Habibi	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
78	Meita	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
79	Rina	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46	4.6
80	Irdan Hasan	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	40	4.0
81	Fahri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
82	Ayi Febriansyah	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46	4.6

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
83	Endang	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.0
84	Sofia	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
85	Asya	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
86	Cici Nurjannah	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	4.9
87	Novario	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	40	4.0
88	Desi Kurnia Sari	3	4	4	3	3	5	3	3	4	3	35	3.5
89	Khairunisa	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4.8
90	Zamal	4	4	4	4	3	3	5	3	5	5	40	4.0
91	Suandi	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	30	3.0
92	Indah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
93	Rego Maulana	4	4	3	4	2	5	5	5	4	4	40	4.0
94	Muti Ali	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	40	4.0
95	Samsul Heri	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	45	4.5
96	Levi Sukma	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	39	3.9
97	Reza Putra	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
98	Wiyi Octa	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	40	4.0
99	Radhah	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40	4.0
200	Khairudin	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35	3.5
201	Alfa	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	35	3.5
202	Riska	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37	3.7
203	Rahmah	3	5	3	2	4	3	3	4	3	4	34	3.4
204	Firzaus	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45	4.5
205	Adam	3	5	4	3	4	4	3	4	5	5	40	4.0

NO	RESPONDEN	Item Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)										TOTAL	RATAAN
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
06	Atia	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	36	3.6
07	Ayu Andera	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	33	3.3
08	Lasmi	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40	4.0
09	Andika	4	4	3	3	5	2	3	4	4	4	36	3.6
10	Dayat	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	39	3.9
11	Wayu Amri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.0
12	Heru	4	5	3	3	4	3	3	4	4	5	38	3.8
13	Hardi	3	5	3	3	5	3	4	5	4	5	40	4.0
14	Su Fadilah	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5	42	4.2
15	Tomy Kurniawan	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	28	2.8
16	Tasfia	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	27	2.7
17	Rini Sahara	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	28	2.8
Jumlah		869	898	910	860	942	899	885	898	874	877	8912	
Rataan		4.0	4.1	4.2	3.9	4.3	4.1	4.0	4.1	4.0	4.0	41.1	

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembila



rang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah, menyebutkan sumber
Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik atau tinjauan
Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembila
rang mengumumkan dan mempergunakan dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurrasyidin Tembila

Tabel Distribusi R²

Tabel nilai kritis untuk r Pearson Product Moment								
dk=n-2	Probabilitas 1 ekor							
	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0025	0,001	0,0005
	Probabilitas 2 ekor							
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,01	0,002	0,001
1	0,951	0,988	0,997	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2	0,800	0,900	0,950	0,980	0,990	0,995	0,998	0,999
3	0,687	0,805	0,878	0,934	0,959	0,974	0,986	0,991
4	0,608	0,729	0,811	0,882	0,917	0,942	0,963	0,974
5	0,551	0,669	0,754	0,833	0,875	0,906	0,935	0,951
6	0,507	0,621	0,707	0,789	0,834	0,870	0,905	0,925
7	0,472	0,582	0,666	0,750	0,798	0,836	0,875	0,898
8	0,443	0,549	0,632	0,715	0,765	0,805	0,847	0,872
9	0,419	0,521	0,602	0,685	0,735	0,776	0,820	0,847
10	0,398	0,497	0,576	0,658	0,708	0,750	0,795	0,823
11	0,380	0,476	0,553	0,634	0,684	0,726	0,772	0,801
12	0,365	0,458	0,532	0,612	0,661	0,703	0,750	0,780
13	0,351	0,441	0,514	0,592	0,641	0,683	0,730	0,760
14	0,338	0,426	0,497	0,574	0,623	0,664	0,711	0,742
15	0,327	0,412	0,482	0,558	0,606	0,647	0,694	0,725
16	0,317	0,400	0,468	0,543	0,590	0,631	0,678	0,708
17	0,308	0,389	0,456	0,529	0,575	0,616	0,662	0,693
18	0,299	0,378	0,444	0,516	0,561	0,602	0,648	0,679
19	0,291	0,369	0,433	0,503	0,549	0,589	0,635	0,665
20	0,284	0,360	0,423	0,492	0,537	0,576	0,622	0,652
21	0,277	0,352	0,413	0,482	0,526	0,565	0,610	0,640
22	0,271	0,344	0,404	0,472	0,515	0,554	0,599	0,629
23	0,265	0,337	0,396	0,462	0,505	0,543	0,588	0,618
24	0,260	0,330	0,388	0,453	0,496	0,534	0,578	0,607
25	0,255	0,323	0,381	0,445	0,487	0,524	0,568	0,597
26	0,250	0,317	0,374	0,437	0,479	0,515	0,559	0,588
27	0,245	0,311	0,367	0,430	0,471	0,507	0,550	0,579
28	0,241	0,306	0,361	0,423	0,463	0,499	0,541	0,570
29	0,237	0,301	0,355	0,416	0,456	0,491	0,533	0,562
30	0,233	0,296	0,349	0,409	0,449	0,484	0,526	0,554
35	0,216	0,275	0,325	0,381	0,418	0,452	0,492	0,519
40	0,202	0,257	0,304	0,358	0,393	0,425	0,463	0,490
45	0,190	0,243	0,288	0,338	0,372	0,403	0,439	0,465
50	0,181	0,231	0,273	0,322	0,354	0,384	0,419	0,443
60	0,165	0,211	0,250	0,295	0,325	0,352	0,385	0,408
70	0,153	0,195	0,232	0,274	0,302	0,327	0,358	0,380
80	0,143	0,183	0,217	0,257	0,283	0,307	0,336	0,357
90	0,135	0,173	0,205	0,242	0,267	0,290	0,318	0,338
100	0,128	0,164	0,195	0,230	0,254	0,276	0,303	0,321
150	0,105	0,134	0,159	0,189	0,208	0,227	0,249	0,264
200	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181	0,197	0,216	0,230
300	0,074	0,095	0,113	0,134	0,148	0,161	0,177	0,188
400	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128	0,140	0,154	0,164
500	0,057	0,073	0,088	0,104	0,115	0,125	0,138	0,146
1000	0,041	0,052	0,062	0,073	0,081	0,089	0,098	0,104

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan





Tabel Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



Tabel Distribusi T

df	α	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001
162	1.286799	1.654314	1.974716	2.349586	2.606518	2.845993	3.141301	3.140983
163	1.286767	1.654256	1.974625	2.349442	2.606328	2.845751	3.140669	3.140358
164	1.286735	1.654198	1.974535	2.349300	2.606140	2.845511	3.140052	3.139945
165	1.286703	1.654141	1.974446	2.349160	2.605954	2.845275	3.139749	3.139450
166	1.286672	1.654085	1.974358	2.349021	2.605770	2.845042	3.139155	3.138863
167	1.286641	1.654029	1.974271	2.348884	2.605589	2.844812	3.138575	3.138290
168	1.286611	1.653974	1.974185	2.348749	2.605410	2.844584	3.138008	3.137729
169	1.286581	1.653920	1.974100	2.348615	2.605233	2.844359	3.137454	3.137182
170	1.286551	1.653866	1.974017	2.348483	2.605058	2.844137	3.136913	3.136648
171	1.286522	1.653813	1.973934	2.348352	2.604886	2.843917	3.136385	3.136125
172	1.286493	1.653761	1.973852	2.348223	2.604715	2.843700	3.135935	3.135614
173	1.286464	1.653709	1.973771	2.348096	2.604546	2.843486	3.135114	3.134868
174	1.286436	1.653658	1.973691	2.347970	2.604379	2.843274	3.134625	3.134385
175	1.286408	1.653607	1.973612	2.347845	2.604215	2.843064	3.134147	3.133911
176	1.286380	1.653557	1.973534	2.347722	2.604052	2.842857	3.133679	3.133448
177	1.286353	1.653508	1.973457	2.347600	2.603891	2.842652	3.133220	3.132995
178	1.286326	1.653459	1.973381	2.347479	2.603731	2.842450	3.132772	3.132551
179	1.286299	1.653411	1.973305	2.347360	2.603574	2.842250	3.132332	3.132116
180	1.286272	1.653363	1.973231	2.347243	2.603418	2.842052	3.131902	3.131690
181	1.286246	1.653316	1.973157	2.347126	2.603264	2.841856	3.131480	3.131272
182	1.286220	1.653269	1.973084	2.347011	2.603112	2.841663	3.131067	3.130863
183	1.286195	1.653223	1.973012	2.346897	2.602961	2.841471	3.130661	3.130462
184	1.286169	1.653177	1.972941	2.346785	2.602813	2.841282	3.130264	3.130069
185	1.286144	1.653132	1.972870	2.346673	2.602665	2.841095	3.129874	3.129683
186	1.286120	1.653087	1.972800	2.346563	2.602520	2.840910	3.129493	3.129305
187	1.286095	1.653043	1.972731	2.346454	2.602376	2.840726	3.129118	3.128934
188	1.286071	1.652999	1.972663	2.346346	2.602233	2.840545	3.128751	3.128570
189	1.286047	1.652956	1.972595	2.346240	2.602092	2.840366	3.128212	3.128212
190	1.286023	1.652913	1.972528	2.346134	2.601952	2.840189	3.127862	3.127862
191	1.286000	1.652871	1.972462	2.346030	2.601814	2.840013	3.127517	3.127517
192	1.285976	1.652829	1.972396	2.345926	2.601678	2.839840	3.127179	3.127179
193	1.285953	1.652787	1.972332	2.345824	2.601543	2.839668	3.126847	3.126847
194	1.285931	1.652746	1.972268	2.345723	2.601409	2.839498	3.126521	3.126521
195	1.285908	1.652705	1.972204	2.345623	2.601276	2.839329	3.126201	3.126201
196	1.285886	1.652665	1.972141	2.345524	2.601145	2.839163	3.125886	3.125886
197	1.285864	1.652625	1.972079	2.345425	2.601016	2.838998	3.125577	3.125577
198	1.285842	1.652586	1.972017	2.345328	2.600887	2.838835	3.125273	3.125273
199	1.285820	1.652547	1.971957	2.345232	2.600760	2.838674	3.124974	3.124974
200	1.285799	1.652508	1.971896	2.345137	2.600634	2.838514	3.124684	3.124684
201	1.285778	1.652470	1.971837	2.345043	2.600510	2.838355	3.124392	3.124392
202	1.285757	1.652432	1.971777	2.344950	2.600387	2.838199	3.124106	3.124106
203	1.285736	1.652394	1.971719	2.344857	2.600265	2.838044	3.123821	3.123821
204	1.285715	1.652357	1.971661	2.344766	2.600144	2.837890	3.123536	3.123536
205	1.285695	1.652321	1.971603	2.344675	2.600024	2.837738	3.123251	3.123251
206	1.285675	1.652284	1.971547	2.344586	2.599906	2.837588	3.122966	3.122966
207	1.285655	1.652248	1.971490	2.344497	2.599788	2.837438	3.122684	3.122684
208	1.285635	1.652212	1.971435	2.344409	2.599672	2.837291	3.122401	3.122401
209	1.285615	1.652177	1.971379	2.344322	2.599557	2.837145	3.122118	3.122118
210	1.285596	1.652142	1.971325	2.344236	2.599443	2.837000	3.121836	3.121836
211	1.285577	1.652107	1.971271	2.344150	2.599330	2.836856	3.121554	3.121554
212	1.285558	1.652073	1.971217	2.344066	2.599218	2.836714	3.121272	3.121272
213	1.285539	1.652039	1.971164	2.343982	2.599108	2.836574	3.121000	3.121000
214	1.285520	1.652005	1.971111	2.343899	2.598998	2.836434	3.120728	3.120728
215	1.285502	1.651972	1.971059	2.343817	2.598889	2.836296	3.120456	3.120456
216	1.285483	1.651939	1.971007	2.343735	2.598782	2.836159	3.120184	3.120184
217	1.285465	1.651906	1.970956	2.343655	2.598675	2.836024	3.119912	3.119912
218	1.285447	1.651873	1.970906	2.343575	2.598569	2.835890	3.119640	3.119640
219	1.285429	1.651841	1.970855	2.343496	2.598465	2.835757	3.119368	3.119368
220	1.285411	1.651809	1.970806	2.343417	2.598361	2.835625	3.119096	3.119096
221	1.285394	1.651778	1.970756	2.343339	2.598258	2.835494	3.118824	3.118824
222	1.285377	1.651746	1.970707	2.343262	2.598156	2.835365	3.118552	3.118552
223	1.285359	1.651715	1.970659	2.343186	2.598055	2.835237	3.118280	3.118280
224	1.285342	1.651685	1.970611	2.343110	2.597955	2.835110	3.118008	3.118008
225	1.285325	1.651654	1.970563	2.343035	2.597856	2.834984	3.117736	3.117736
226	1.285309	1.651624	1.970516	2.342961	2.597758	2.834859	3.117464	3.117464
227	1.285292	1.651594	1.970470	2.342887	2.597661	2.834735	3.117192	3.117192
228	1.285276	1.651564	1.970423	2.342814	2.597564	2.834613	3.116920	3.116920
229	1.285259	1.651535	1.970377	2.342742	2.597468	2.834491	3.116648	3.116648
230	1.285243	1.651506	1.970332	2.342670	2.597374	2.834371	3.116376	3.116376
231	1.285227	1.651477	1.970287	2.342599	2.597280	2.834251	3.116104	3.116104
232	1.285211	1.651448	1.970242	2.342528	2.597186	2.834133	3.115832	3.115832
233	1.285196	1.651420	1.970198	2.342458	2.597094	2.834016	3.115560	3.115560
234	1.285180	1.651391	1.970154	2.342389	2.597002	2.833899	3.115288	3.115288
235	1.285164	1.651364	1.970110	2.342320	2.596912	2.833784	3.115016	3.115016
236	1.285149	1.651336	1.970067	2.342252	2.596822	2.833670	3.114744	3.114744
237	1.285134	1.651308	1.970024	2.342185	2.596732	2.833556	3.114472	3.114472
238	1.285119	1.651281	1.969982	2.342118	2.596644	2.833444	3.114200	3.114200
239	1.285104	1.651254	1.969939	2.342051	2.596556	2.833332	3.113928	3.113928
240	1.285089	1.651227	1.969898	2.341985	2.596469	2.833222	3.113656	3.113656
241	1.285074	1.651201	1.969856	2.341920	2.596383	2.833112	3.113384	3.113384
242	1.285060	1.651175	1.969815	2.341855	2.596297	2.833003	3.113112	3.113112
243	1.285045	1.651148	1.969774	2.341791	2.596212	2.832896	3.112840	3.112840
244	1.285031	1.651123	1.969734	2.341728	2.596128	2.832789	3.112568	3.112568
245	1.285017	1.651097	1.969694	2.341664	2.596045	2.832683	3.112296	3.112296

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembalian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembalian

Hasil Uji Validitas Variabel X¹ (Harga)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.468**	.139*	-.062	.119	.036	-.049	.235**	.272**	.172*	.431**
	Sig. (2-tailed)		.000	.041	.361	.081	.597	.468	.000	.000	.011	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X2	Pearson Correlation	.468**	1	.123	-.106	.168*	.109	.049	.280**	.258**	.240**	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000		.072	.118	.013	.109	.475	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X3	Pearson Correlation	.139*	.123	1	.143*	.392**	.457**	.223**	.513**	.486**	.349**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.041	.072		.035	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X4	Pearson Correlation	-.062	-.106	.143*	1	.533**	.416**	.084	.253**	.120	.066	.403**
	Sig. (2-tailed)	.361	.118	.035		.000	.000	.216	.000	.078	.333	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X5	Pearson Correlation	.119	.168*	.392**	.533**	1	.563**	.184**	.540**	.420**	.367**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.081	.013	.000	.000		.000	.007	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X6	Pearson Correlation	.036	.109	.457**	.416**	.563**	1	.097	.471**	.356**	.285**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.597	.109	.000	.000	.000		.154	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X7	Pearson Correlation	-.049	.049	.223**	.084	.184**	.097	1	.261**	.191**	.219**	.334**
	Sig. (2-tailed)	.468	.475	.001	.216	.007	.154		.000	.005	.001	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X8	Pearson Correlation	.235**	.280**	.513**	.253**	.540**	.471**	.261**	1	.547**	.577**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X9	Pearson Correlation	.272**	.258**	.486**	.120	.420**	.356**	.191**	.547**	1	.649**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.078	.000	.000	.005	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X10	Pearson Correlation	.172*	.240**	.349**	.066	.367**	.285**	.219**	.577**	.649**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.333	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
TOTAL	Pearson Correlation	.431**	.482**	.621**	.403**	.730**	.648**	.334**	.788**	.733**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217

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

Hasil Uji Validitas Variabel X² (Promosi)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.769**	.630**	.696**	.581**	.673**	.704**	.617**	.801**	.755**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X2	Pearson Correlation	.769**	1	.656**	.777**	.624**	.748**	.601**	.614**	.750**	.770**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X3	Pearson Correlation	.630**	.656**	1	.671**	.740**	.727**	.543**	.472**	.510**	.591**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X4	Pearson Correlation	.696**	.777**	.671**	1	.556**	.701**	.525**	.597**	.665**	.684**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X5	Pearson Correlation	.581**	.624**	.740**	.556**	1	.709**	.525**	.517**	.535**	.638**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X6	Pearson Correlation	.673**	.748**	.727**	.701**	.709**	1	.599**	.624**	.661**	.709**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X7	Pearson Correlation	.704**	.601**	.543**	.525**	.525**	.599**	1	.718**	.664**	.603**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X8	Pearson Correlation	.617**	.614**	.472**	.597**	.517**	.624**	.718**	1	.610**	.625**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X9	Pearson Correlation	.801**	.750**	.510**	.665**	.535**	.661**	.664**	.610**	1	.830**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X10	Pearson Correlation	.755**	.770**	.591**	.684**	.638**	.709**	.603**	.625**	.830**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
TOTAL	Pearson Correlation	.870**	.883**	.793**	.834**	.776**	.865**	.776**	.769**	.846**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217

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

ripta Dilindungi Undang
 rang mengutip sebagai
 pengutipan hanya untuk
 rang mengutipan tidak merug
 rang mengemukakan di

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.645**	.568**	.627**	.508**	.559**	.665**	.601**	.696**	.617**	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X2	Pearson Correlation	.645**	1	.586**	.597**	.549**	.607**	.610**	.619**	.684**	.609**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X3	Pearson Correlation	.568**	.586**	1	.608**	.635**	.690**	.623**	.544**	.537**	.471**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X4	Pearson Correlation	.627**	.597**	.608**	1	.563**	.637**	.608**	.640**	.600**	.546**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X5	Pearson Correlation	.508**	.549**	.635**	.563**	1	.721**	.581**	.533**	.505**	.538**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X6	Pearson Correlation	.559**	.607**	.690**	.637**	.721**	1	.683**	.603**	.656**	.608**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X7	Pearson Correlation	.665**	.610**	.623**	.608**	.581**	.683**	1	.679**	.730**	.672**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X8	Pearson Correlation	.601**	.619**	.544**	.640**	.533**	.603**	.679**	1	.634**	.630**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X9	Pearson Correlation	.696**	.684**	.537**	.600**	.505**	.656**	.730**	.634**	1	.813**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
X10	Pearson Correlation	.617**	.609**	.471**	.546**	.538**	.608**	.672**	.630**	.813**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217
TOTAL	Pearson Correlation	.799**	.807**	.775**	.797**	.759**	.841**	.845**	.802**	.848**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217	217

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

liaurrasyidin Tembila
 , penulisan kritik atau tinjau
 pa seizin STA Auilaurasyi

Hasil Reliabilitas Variabel X¹ (Harga)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	10

Hasil Reliabilitas Variabel X² (Promosi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	10

Hasil Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	10





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurraasyidin Tembilahan



KEPUTUSAN KETUA STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN
Nomor : 004/KPTS/STAI-AUR/1/2021

Tentang
PENETAPAN JUDUL SKRIPSI MAHASISWA DAN PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
MAHASISWA PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (ESy)
STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN
TAHUN AKADEMIK 2020/2021

KETUA STAI AULIAURRASYIDIN TEMBILAHAN

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penelitian mahasiswa dan pelaksanaan tugas-tugas bimbingan Skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) STAI Auliaurraasyidin Tembilahan perlu diadakan Dosen Pembimbing Skripsi di Program Studi Ekonomi Syariah STAI Auliaurraasyidin Tembilahan
- b. sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka dirasa perlu untuk menetapkan judul Skripsi mahasiswa dan mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dengan Keputusan Ketua STAI Auliaurraasyidin Tembilahan.
- Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4301);
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara RI Tahun 2013 Nomor 158, Tambahan Lembaran RI Nomor 5336);
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
4. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan Gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 232/U/2000 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 394 Tahun 2003 tentang Pedoman Pendirian Perguruan Tinggi Agama ;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 353 Tahun 2004 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Agama Islam;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2014 tentang Pendidikan Keagamaan Islam (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 822);
9. Peraturan Ketua Umum Yayasan Pendidikan Auliaurraasyidin Tembilahan Nomor 1 Tahun 2014 tentang Statuta STAI Auliaurraasyidin di Tembilahan.
10. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI Nomor 5254 Tahun 2015 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Ekonomi Syariah pada program sarjana FTKIS Tahun 2015.
11. Keputusan Ketua Yayasan Pendidikan Auliaurraasyidin Tembilahan Nomor 7/KPTS/YAYASAN-AUR/IV/2016, tentang Pengangkatan Ketua STAI Auliaurraasyidin Tembilahan Masa Jabatan 2016-2020.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurraasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurraasyidin Tembilahan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

12. Keputusan BAN-PT Nomor 1157/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2019 tentang Status Akreditasi dan Peringkat Terakreditasi Program Studi Ekonomi Syariah.

Memperhatikan : Keputusan Ketua STAI Auliaurrasyidin Tembilahan Nomor 168/SK/STAI-URD/V/2007 dan Rapat Penetapan Pembimbing Skripsi Mahasiswa tanggal 8 Januari 2021.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
- Pertama : Menetapkan Judul Skripsi Mahasiswa pada kolom (2) dan sebagai Pembimbing Skripsi pada kolom (3) untuk Skripsi Mahasiswa pada kolom (4) seperti terlampir pada Lampiran I Keputusan ini;
- Kedua : Sebelum melaksanakan penelitian dan penulisan skripsi, kepada mahasiswa yang bersangkutan wajib memaparkan proposal skripsi pada seminar proposal skripsi yang dihadiri oleh Dosen dan Mahasiswa.
- Ketiga : Peraturan tentang seminar proposal skripsi diatur dengan Peraturan Ketua STAI Auliaurrasyidin.
- Keempat : Dalam melaksanakan penelitian dan penulisan Skripsi mahasiswa berpedoman pada peraturan yang berlaku di STAI Auliaurrasyidin.
- Kelima : Setelah Kalimat Judul pada Skripsi mahasiswa wajib dicantumkan lembar pernyataan yang ditandatangani mahasiswa diatas materai Rp. 6000,- seperti terlampir lampiran II.
- Keenam : Bimbingan yang diberikan oleh Pembimbing berdasarkan Peraturan Penulisan dan Penilaian Skripsi pada Auliaurrasyidin Tembilahan dan Buku Pedoman Penulisan Skripsi.
- Ketujuh : Dalam melaksanakan tugasnya Dosen Pembimbing menerima honorarium berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku;
- Kedelapan : Segala biaya yang timbul akibat Keputusan ini dibebankan kepada STAI Auliaurrasyidin Tembilahan;
- Kesembilan : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan jika dikemudian hari terdapat kekeliruan, akan diadakan perbaikan seperlunya;
- PETIKAN : Keputusan ini masing-masing diberikan kepada yang bersangkutan.

DITETAPKAN DI : TEMBILAHAN
PADA TANGGAL : 9 JANUARI 2021



KETUA,
N. S. Pd. I., M. Pd. I.
IDN. 2105068302



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilaan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilaan

LAMPIRAN I : KEPUTUSAN KETUA STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN

NOMOR : 004/KPTS/STAI-AUR/I/2021
TANGGAL : 9 JANUARI 2021

NO.	JUDUL SKRIPSI MAHASISWA	PEMIMPING	NAMA DAN NIRM MAHASISWA	KET.
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	PENGARUH PELAYANAN PRAMUNIAGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO SEMBAKO PASAR PULAU PALAS.	SERI YANTI SIAGIAN, S.Pd.I., M.Pd.	WIDIAWATI 1209.17.08276	
2.	PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM.	SELVIANI, S.Pd., M.Pd.E.	MARIA ULFA 1209.17.08292	

DITETAPKAN DI : TEMBILAHAN
PADA TANGGAL : 9 JANUARI 2021



KETUA

S.Pd.I., M.Pd.I.
No. 2105068302



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan



YAYASAN PENDIDIKAN AULIAURRASYIDIN
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM
AULIAURRASYIDIN

معهد أولياء الراشدین العالمیة الإسلامیة

ISLAMIC COLLEGE OF AULIAURRASYIDIN

KAMPUS PANAM (PARIT ENAM) JALAN GERILYA No. 12 TEMBILAHAN BAKAT 29213

Email: shademil@stai-tbh.ac.id

TERAKREDITASI



BAN-PT

Tembilahan, 10 Februari 2021

Nomor : 052/STAI-AUR/II/2021
Lampiran : -
Perihal : Mohon Dispensasi/Bantuan
Melakukan Riset.

Kepada Yth.

Sdr. Pimpinan PT.Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan
di-
Tembilahan

Dengan hormat,
Mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : MARIA ULFA
NIRM : 1209.17.08292
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESY)
Semester : VIII (Delapan)
Tahun Akademik : 2020/2021
Lama Penelitian : Min. 3 Bulan

Ditugaskan melakukan penelitian (riset) untuk
mendapatkan data yang berhubungan dengan judul
skripsinya :

"PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL
TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM".

Lokasi Penelitian : PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL
TEMBILAHAN.

Demikianlah permohonan dispensasi / bantuan melakukan
riset ini kami sampaikan, atas bantuan saudara
diucapkan terima kasih.



Ketua,

SYARIFULLAH, S.Pd.I., M.Pd.I.,
NIP. 2105068302

Bersinergi dan Berinovasi untuk Pendidikan, Berkarya dan Berbekti untuk Negeri

www.stai-tbh.ac.id



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seizin STAI Auliaurasyidin Tembilahan



**PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL
TRANSPORT SUPER EXECUTIVE
ARMADA SUPER T-PAT FORTUNER/PAJERO**



Jalan Pekan Arba Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau Kode Pos 29212

SURAT KETERANGAN

Merujuk surat keterangan Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan Nomor : 052/STAI-AUR/II/2021, Tanggal 10 Februari 2021, dengan ini menyatakan bahwa nama tersebut di bawah ini :

Nama : MARIA ULFA
NIRM : 1209.17.08292
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)

Adalah benar telah melakukan **Riset dan Pengumpulan data** di PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan, guna mendapatkan gelar sarjana pada perguruan tinggi STAI Auliaurasyidin Tembilahan dengan judul penelitian "**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL PT. TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM**" yang dilaksanakan selama 3 bulan dari tanggal 10 Februari 2021 s/d 10 Mei 2021

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas kerja samanya diucapkan terimakasih.

Tembilahan, 12 Februari 2021
Pimpinan,

SUTARJO, SP.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurraasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurraasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurraasyidin Tembilahan

	STAI AULIAURRASYIDIN	FROM	No. Dokumen : Esy
	Prodi Ekonomi Syariah		Tgl. Terbit :
	Jl. Gerilya perit 6 Tembilahan 29213		No. Revisi :
	Indonesia		Hal : 1/1

**BERITA ACARA PELAKSANAAN SEMINAR HASIL
SEKRIPSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH**

Pada hari Sabtu tanggal 27 bulan Mei tahun 2021 atas nama:

Nama Maria Ulfa

Nirm 1209.17.08292

Dengan judul

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL
PT.TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

catatan:

- ACctah diperbaiki
- Daftar Tabel diperbaiki
- Daftar Gambar diperbaiki
- waku penulisan diperbaiki
- BAB II diperbaiki, tambahkan nilainya.
- Daftar pustaka diperbaiki
- Bukti Dr PT. Tsalatza Putri Abadi Travel Tembilahan mengenai jumlah populasi / konsumen.
- Uraian catatan & coretan = Narasumber.

Ace Narasumber

10
10 Mei 2021
10
SEN YANTI CIRIWA, M.PD
NPM. 20100302

Tembilahan, 27 - Mei - 2021

Tim Penyeminar

Narasumber

SEN YANTI CIRIWA, M.PD

*Nilai terlampir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

	STAI AULIAURRASYIDIN	FROM	No. Dokumen : Ezy
	Prodi Ekonomi Syariah		Tgl. Terbit :
	Jl. Gerilya parit 6 Tembilahan 29213		No. Revisi :
	Indonesia		Hal : 1/1

BERITA ACARA PELAKSANAAN SEMINAR HASIL
SEKRIPSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH

Pada hari Sabtu tanggal 27 bulan Mei tahun 2021 atas nama:

Nama Maria Ulfa

Nirm 1209.17.08292

Dengan judul

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL
PT.TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

catatan:

1. ~~ditutup~~ Tabel (nomor) & gambar

2. ✗ Maturat gambar $X_1 > y$
 X_2

3. Pembatasan Penelitian diperbaiki

4. Daftar Pustaka

5. Tata Penulisan "bhs inggris di Indonesia"

Acc Pembimbing
29 Mei 2021

Selwani, M.Pd.E.

Tembilahan, 27 Mei 2021

Tim Penyeminar

Pembimbing

SELWANI, M.Pd.E.

*Nilai terlampir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik STAI Auliaurasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurasyidin Tembilahan

	STAI AULIAURASYIDIN	FROM	No. Dokumen : Eay
	Prodi Ekonomi Syariah		Tgl. Terbit :
	Jl. Gerilya parit 6 Tembilahan 29213		No. Revisi :
	Indonesia		Nal : 1/1

BERITA ACARA PELAKSANAAN SEMINAR HASIL
SEKRIPSI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH

Pada hari Sabtu tanggal 27 bulan Mei tahun 2021 atas nama:

Nama Maria Ulfa

Nirm 1209.17.08292

Dengan judul

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TRAVEL MOBIL
PT.TSALATSA PUTRI ABADI TRAVEL TEMBILAHAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

catatan:

Notulen : 1. Penulisan kata : Presentase - Persentase
: bahasa kata industry, competitor

2. Angka kesimpulan di BAB V

asasumber: - Abstrak perbaikan
- Daftar tabel perbaikan
- Daftar gambar perbaikan
- waktu penulisan perbaikan
- BAB V perbaikan, tambahkan ringkasan
- Daftar pustaka perbaikan
- Bukti dari PT Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan mengenai jumlah populasi/konsumen
- Lihat catatan & catatan narasumber

ambimbing: - Tabel (nomor) & Gambar, - Menuban gambar X₁, X₂, - Pembahasan penelitian diperbaiki
- Daftar pustaka, - Tata penulisan bhs Inggris.

Tembilahan, 27-5-2021

Tim Penyeminar

Notulen

RISVIYALDI, S.E., M.E.

*Nilai terlampir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa seijin STAI Auliaurrasyidin Tembilahan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : MARIA ULFA
Tempat/Tgl Lahir : Bagan Jaya, 1 Januari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Parit Pelita Km 09, RT/RW
035/013, Kel. Bagan Jaya, Kec. Enok
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nama Orang tua :
Ayah : Effendi
Ibu : Rini Astuti
Handphone : 0822-8845-8130

Riwayat Pendidikan
SD/MI : MI Nurul Ikhsan
SMP/MTs : MTs Nurul Hidayah
MA/SMA : SMAN 2 ENOK

STAI AULIAURRASYIDIN
TEMBILAHAN