

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan baik secara persial maupun simultan terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa transportasi bus Bintang Sanepa, serta untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut. Hal ini berdasarkan fenomena pertumbuhan transportasi bus setiap tahunnya, sehingga mengakibatkan persaingan dibidang transportasi bus semakin ketat.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, yaitu *simple random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistic inferensial dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penumpang dalam memilih bus Bintang Sanepa, hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($35.708 > 3.09$). Berdasarkan hasil uji persial (uji t) menunjukkan bahwa dari perhitungan kualitas pelayanan t_{hitung} $1.774 > t_{tabel}$ 1.66 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang dalam memilih bus Bintang Sanepa dan perhitungan untuk citra perusahaan t_{hitung} $4.057 > t_{tabel}$ 1.66 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang dalam memilih bus Bintang Sanepa. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa presentase pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa transportasi bus Bintang Sanepa sebesar 42,4% dan sisanya 57,8 dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam peneliti ini.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, citra perusahaan, keputusan pembelian

ABSTRAK

This research aims to determine and analyze the influence of service quality and corporate image both persially and simultaneously on the decision of passengers in choosing Bintang Sanepa bus transpotation services, as well as to determine the magnitude of this influence. This is based on the phenomenon of bus tranportatiom growth each year, resulting in increasingly fierce competition in the field of bus transportation.

This research uses quantitative methods with causal associative research types. Sampling was done by probability sampling method, which is simple random sampling with a number of respondents as many as 100 people. Data analysis and multiple linear regression analysis.

Based on the results of simultaneous hypothesis testing, service quality and company image significantly influence passengers in choosing the Bintang Sanepa bus, this proven by $F_{count} > F_{table}$ ($35,708 > 3.09$). Based on result of the persial test t (t test) showed that from the calculating of service quality $t_{count} > t_{table}$ ($1.774 > 1.66$) which means there is a positive and significant influence on the decision of passengers in choosing Bintang Sanepa bus and calculations for company image $t_{count} > t_{table}$ ($4,057 > 1.66$) which means there is a positive and significant influence on the decision of passengers in choosing Bintang Sanepa bus. Based on the coefficient of determination found that the percentage of service quality and corporate image influence on the decision of passengers in choosing Bintang Sanepa bus transportation services by 42.4% and the remaining 57.8% is influenced by other factors not examined in this researcher.

Keywords : Services quality, company image, purchasing decisions