

ABSTRAK

Imam Bachrawi Syakir, 1.413.KA.21, *Pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Baraya Travel*, di bawah bimbingan Sunardi S. Brahmana, S.E., M.T., Ph.D dan Dr. Mariana Rachmawati, S.E., M.M.

Sarana transportasi muncul menjadi kebutuhan yang tidak lepas dari kehidupan manusia sejak dulu, tuntutan transportasi saat ini adalah tersedianya sarana transportasi yang cepat, aman, dan nyaman. Minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Kebijakan penetapan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk/jasa, karena harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan. Kebijakan penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat. Di samping kebijakan penetapan harga, bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi faktor pengambilan keputusan yang penting, bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan *Pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Baraya Travel* serta variabel-variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang.

Objek penelitian dalam thesis ini adalah mengenai *Pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Baraya Travel* jalan surapati. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik *sampling* aksidental. Berdasarkan pernyataan maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 125.

Dari hasil uji F didapat nilai F hitung sebesar 77,103 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan secara linier antara kebijakan harga dan kualitas pelayanan dengan minat beli ulang. Yang juga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kebijakan harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Berdasarkan hasil uji T disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles* (kemampuan fisik), *empathy* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat beli ulang Baraya Travel

Kata Kunci : Kebijakan Harga, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

Bachrawi Imam Shakir, 1.413.KA.21, *Influence Policy and Quality of Service Price Of Interest Buy Birthday Baraya Travel*, under the guidance of Sunardi S. Brahmin, SE, MT, Ph, D and Dr. Mariana Rachmawati, S.E., M, M.

Means of transport arises a necessity that can not be separated from human life since the first, transport demands today is the availability of means of transportation that is fast, safe, and comfortable. Buying interest arose after the alternative evaluation process and in the evaluation process, someone will make a series of choices about the products to be purchased on the basis of the brand as well as interest. Consumer buying interest is a consumer behavior where consumers have a desire to purchase or choosing a product, based on experience in selecting, using and consuming or even want a product. Pricing policies is crucial in the marketing of a product / service, because the price is the only element of the marketing mix that provide revenue for the organization or company. Pricing policy by the company must be adapted to the environmental situation and the changes that occur especially during the increasingly fierce competition. In addition to the pricing policy, the company engaged in the field of services, quality of service or service quality becomes an important factor keputusan decision, that service quality is a level of ability of the company in providing all the expectations of customers in meeting their needs. The aim of this study was to prove the *Influence of Price and Quality of Service Policy Against Interests Buy Birthday Baraya Travel* and variables which is the most dominant influence on interest Buy Birthday.

The object of research in this thesis is the Effect of Price and Quality of Service Policy To Buy Re-Consumer Interests Baraya Travel Soerapatti road. The method used in this research is descriptive method with accidental sampling technique. Based on the statement of the number of samples used in this study as many as 125.

From the test results obtained F calculated F value of 77.103 with a significance level of $0.000 < 0.05$ which indicates that there is a linear relationship between price and quality of service policies with buying interest again. Which also means that there are significant jointly between the policy of price and quality of service to re buying interest. Based on the test results T concluded that the quality of service consisting of *tangibles dimension* (physical ability), *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* (guarantee) the most influential in increasing buying interest re-Baraya Travel

Keywords: Price policy, Quality Service, Interests Buy Birthday