

Pengaruh Harga Tiket terhadap Loyalitas Penumpang pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Mopah Merauke

Dyah Ayu Ekawati¹, Septiyani Putri Astutik².

^{1,2}Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta
190509143@students.sttkd.ac.id, septiyani.putri@sttkd.ac.id

ABSTRACT

Mopah Airport Merauke is one of the airports located in the city of Merauke, South Papua, Indonesia. The purpose of this study is to find out whether ticket prices affect passenger loyalty, and how much ticket prices affect passenger loyalty at Mopah Airport Merauke. This research uses quantitative methods. The research was conducted at Mopah Airport Merauke where the passengers or people in the city of Merauke were the objects of this research. The source of the data used in this study was obtained from the results of distributing questionnaires to passenger respondents at Mopah Airport Merauke. The number of samples in this study were 100 respondents determined by the slovin formula. The results of the study were concluded to answer the formulation of the problem, that: 1. The ticket price variable (X) has an effect on passenger loyalty (Y) as evidenced by the calculated T value on the ticket price influence variable (X) which is greater than T table, namely $3,580 > 1,660$ with a Sig value . smaller than the probability value, namely $0.01 < 0.05$; 2. Ticket prices (X) have an effect on Passenger Loyalty (Y) of 0.116, it is known from the R Square value, which means that the X variable affects the Y variable by 11.6%.

Keywords : *ticket prices, loyalty, passengers, mopah airport merauke.*

ABSTRAK

Bandar Udara Mopah Merauke adalah salah satu Bandar Udara yang terletak di kota Merauke, Papua Selatan, Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah Harga Tiket Berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang, dan seberapa besar Harga Tiket Berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang di Bandar Udara Mopah Merauke. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dilakukan di Bandar Udara Mopah Merauke dimana penumpang atau masyarakat di kota Merauke yang menjadi objek dalam penelitian ini. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner terhadap responden penumpang Bandar Udara Mopah Merauke. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan rumus slovin. Hasil penelitian disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah, bahwa: 1. Variable Harga Tiket (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang (Y) dibuktikan dengan nilai T hitung pada variable pengaruh harga tiket (X) lebih besar dari T tabel yaitu $3.580 > 1.660$ dengan nilai Sig. lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu $0,01 < 0,05$; 2. Harga Tiket (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang (Y) sebesar 0,116 diketahui dari nilai R Square yang artinya variable X mempengaruhi variable Y sebesar 11,6%.

Kata kunci : *harga tiket, loyalitas, penumpang, bandar udara mopah merauke.*

PENDAHULUAN

Menurut UU Nomor 1 tahun 2009 Penerbangan adalah satu kesatuan yang terdiri atas pemanfaatan wilayah udara, pesawat udara, bandar udara, angkutan udara, navigasi penerbangan, keselamatan, dan keamanan, lingkungan hidup, serta fasilitas penunjang, dan fasilitas umum lainnya. Salah satu unsur penting dalam penerbangan adalah pesawat udara. Pesawat udara merupakan suatu kemajuan teknologi yang sangat luar biasa bagi dunia. Adanya pesawat udara memudahkan bagi masyarakat untuk melakukan perjalanan baik dalam negeri maupun luar negeri.

Menurut Annex 14 dari ICAO (International Civil Aviation Organization) Bandar Udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat. Salah satu bandar udara yang ada di Indonesia adalah Bandar udara Mopah Merauke yang terletak di Kota Merauke Provinsi Papua dan dikelola oleh UPBU. Bandar Udara Mopah menjadi sarana dan prasarana yang digunakan masyarakat di kota Merauke untuk melakukan perjalanan menggunakan moda transportasi udara.

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan yang memerlukan adanya loyalitas pegawai maupun pelanggan untuk kemajuan dan kelangsungan bisnisnya. Di perusahaan juga perlu adanya kadar kesetiaan seseorang dalam memakai sebuah produk atau jasa, kadar kesetiaan itu bisa disebut dengan Loyalitas. Loyalitas pelanggan menjadi penting karena loyalitas pelanggan memiliki dampak atau efek yang luar biasa pada keuntungan bisnis. Sebuah perusahaan haruslah bisa meraih loyalitas dari para pelanggannya. Pelanggan yang sudah terlebih dulu ada lebih bersifat prospektif untuk bisnis dimasa yang akan datang. Selain itu, perusahaan yang memiliki banyak pelanggan akan mengeluarkan cost dalam jumlah besar untuk mendapatkan pelanggan baru dan akan jauh lebih banyak daripada menjaga pelanggan lama dan loyal pada perusahaan.

Pelanggan yang sudah menaruh kepercayaan pada perusahaan dalam menangani suatu hal, maka akan cenderung lebih percaya juga pada perusahaan untuk menangani hal lain. Kemudian perusahaan yang sudah memiliki pelanggan yang loyal maka akan berdampak pada biaya operasional yang jauh lebih efisien. Perusahaan yang sudah banyak memiliki kepercayaan dari pelanggan baru serta dengan adanya pelanggan lama yang telah lebih dulu merasakan pengalaman yang luar biasa dengan perusahaan, maka perusahaan dapat menghemat biaya sosial dan psikologis, kemudian pelanggan yang loyal cenderung akan membantu perusahaan untuk bisa mendapatkan pelanggan-pelanggan baru dengan cara memberikan rekomendasi atau mereferensikan perusahaan kepada orang lain, disamping itu pelanggan yang loyal juga cenderung melindungi dan mensupport perusahaan. Loyalitas ini juga sangat di butuhkan bagi perusahaan jasa, tidak terkecuali jasa penerbangan. Salah satu perusahaan jasa penerbangan yang ada di Indonesia adalah Maskapai penerbangan Lion Air.

Lion Air merupakan salah satu maskapai penerbangan terkemuka di Indonesia di bawah naungan PT Lion Mentari Airlines. Maskapai ini pertama kali

didirikan sejak Oktober 1999 dan mulai mengudara sejak tanggal 30 Juni 2000. Sejak pertama kali diperkenalkan ke Indonesia, nyatanya maskapai ini dapat diterima di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Hal ini karena maskapai menawarkan layanan penerbangan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Mencapai loyalitas penumpang tentu dapat diusahakan oleh perusahaan pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Mopah Merauke dengan berbagai cara, diantaranya adalah melalui harga tiket perusahaan yang terbilang lebih murah harganya sehingga penumpang dapat membuat keputusan pembelian yang tepat dan kemudian bisa menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Dalam dunia penerbangan, beberapa maskapai penerbangan di Indonesia sangat erat kaitannya dengan harga tiket sebagai maskapai penerbangan murah atau LowCost Carrier (LCC), dan Lion Air merupakan maskapai penerbangan yang termasuk dalam kategori tersebut.

Maskapai Lion Air dalam proses menentukan harga tiket yang terbilang murah membutuhkan proses yang panjang. Sayangnya, persepsi masyarakat mengenai penerbangan murah dalam dua tahun terakhir ini dinilai sedang tidak baik, ditambah dengan adanya fakta rendahnya tingkat OTP atau On Time Performance LowCost Carrier (LCC) dan diperburuk dengan adanya penerapan kebijakan bagasi berbayar pada maskapai penerbangan Lion Air. Maskapai Lion Air perlu mempertahankan harga tiket agar pelanggan merasa mantap dan yakin dalam melakukan pembelian pada maskapai penerbangan Lion Air.

Maskapai Lion Air memiliki penentuan harga yang terbilang lebih miring atau lebih terjangkau untuk masyarakat di Kota Merauke dibandingkan dengan Maskapai lainnya yang masuk pada Bandar Udara Mopah Merauke. Masyarakat lebih cenderung membeli tiket Maskapai Lion Air dan menggunakan jasa Maskapai Lion karena harganya yang terbilang murah untuk kalangan masyarakat Merauke sendiri dan banyak masyarakat yang sering menggunakan maskapai Lion Air untuk biro perjalanannya, maka dari itu Maskapai Lion Air memiliki banyak pelanggan atau pembeli yang selalu menggunakan jasa Maskapai Lion Air tersebut dan hampir semua masyarakat Merauke memilih untuk menggunakan jasa Maskapai Lion Air untuk perjalanan mereka. Di Bandar Udara Mopah Merauke sendiri memiliki beberapa Maskapai yang melakukan keberangkatan dari Bandar Udara tersebut di antaranya adalah Susi Air, Smart, Trigana, Garuda Indonesia dan Lion Air. Maskapai tersebut diatas melakukan penerbangan dari Bandar Udara Mopah Merauke setiap hari nya, kecuali Garuda Indonesia (hanya melakukan perjalanan 3 kali dalam seminggu) namun yang setiap harinya memenuhi counter check in hanyalah penumpang Maskapai Lion Air. Sehingga munculah loyalitas dimana kemantapan dan keyakinan dalam melakukan pembelian itu berpengaruh pada loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan Lion Air. Selain itu perusahaan diharapkan mampu untuk mempertahankan kesetiaan para pelanggannya dan mendapatkan pelanggan baru dari rekomendasi pelanggan lama serta meningkatkan peluang untuk menambah keuntungan perusahaan. Berdasarkan uraian peneliti diatas maka perlu dilakukan kajian untuk mengetahui harga tiket di Bandar Udara Mopah Merauke. Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui apakah harga tiket berpengaruh terhadap loyalitas penumpang pada maskapai Lion Air dan untuk mengetahui harga tiket dan loyalitas penumpang pada maskapai Lion Air.

TINJAUAN LITERATUR

Harga

Menurut Kotler (2012) Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Menurut Assauri (2014) Harga merupakan satu satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biasa saja. Menurut Guntur (2010) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Indrastuty (2011) Harga mempunyai berbagai jenis diantaranya adalah :

1. Harga Subjektif
Harga subjektif adalah harga yang ditetapkan berdasarkan taksiran atau opini seseorang. Penjual dan pembeli memiliki taksiran harga yang berbeda untuk suatu produk dan biasanya berbeda dengan harga pasar.
2. Harga Objektif (Harga Pasar)
Harga objektif adalah harga yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Nilainya dijadikan patokan bagi para penjual dalam memasarkan produknya.
3. Harga Pokok
Harga pokok adalah nilai riil suatu produk, atau jumlah nilai yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut.
4. Harga Jual
Harga jual adalah harga pokok ditambah dengan besarnya keuntungan yang diharapkan oleh produsen atau penjual. Umumnya harga jual pada masing-masing penjual berbeda, namun tetap berpatokan pada harga pasar.

Menurut Kotler dalam Krisdayanto (2018), terdapat 4 indikator harga yang digunakan, yaitu antara lain :

1. Keterjangkauan harga
Keterjangkauan harga adalah harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih.
2. Kesesuaian antara harga dan fasilitas
Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan fasilitas jasa yang ditawarkan.
3. Daya saing harga
Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata rata.

4. Ketersediaan produk atau jasa

Menurut Bulele (2016) Ketersediaan produk atau jasa adalah kumpulan barang dagangan yang dimiliki pengecer atau supermarket.

Tiket

Menurut Abdillah (2012) tiket adalah salah satu dokumen perjalanan yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berisi rute, tanggal, harga data penumpang, yang digunakan untuk melakukan suatu perjalanan.

Tiket memiliki tiga fungsi yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu bukti dokumen perjalanan yang sah, karena digunakan orang sebagai perlengkapan kebutuhan dalam perjalanan udara
2. Sebagai bukti pembayaran, karena pada tiket tersebut tercantum sejumlah uang dan cara pembayaran yang dilakukan oleh penumpang
3. Sebagai bukti untuk mendapatkan pelayanan dan fasilitas bandar udara, karena hanya orang yang tercantum pada tiket yang berhak menikmati fasilitas dan layanan penerbangan.

Menurut class nya tiket dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. First Class Ticket (F Class) adalah tiket penerbangan yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan untuk calon penumpang yang membayar jasa penerbangan kelas utama. Penumpang pada kelas ini selama perjalanannya menerima pelayanan/ service kelas satu. Tarif tiket ini relative lebih mahal dibandingkan dengan kelas lainnya.
2. Business Class Ticket (E Class) adalah tiket penerbangan yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan untuk calon penumpang yang membayar jasa penerbangan kelas bisnis. Penumpang pada kelas ini selama perjalanannya menerima pelayanan/service kelas bisnis dengan tarif tiket untuk kelas ini relative lebih murah dibandingkan dengan kelas satu.
3. Economy Class Ticket (Y Class) adalah tiket penerbangan yang dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan untuk calon penumpang yang membayar jasa penerbangan kelas ekonomi. Penumpang pada kelas ini selama perjalanannya menerima pelayanan/service kelas ekonomi dengan tarif tiket yang paling murah dibandingkan dengan kelas lainnya.

Menurut sifatnya, tiket dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Conjunction Ticket merupakan tiket penerbangan yang terdiri atas 2 atau lebih yang saling berhubungan dan diberikan kepada calon penumpang, yang rute perjalanannya tidak cukup dengan menggunakan satu tiket pesawat. Conjunction ticket yang dikeluarkan saling menunjuk atau berhubungan satu dengan yang lainnya.
2. NonConjunction Ticket merupakan tiket penerbangan yang terdiri dari satu tiket penerbangan. Tiket ini digunakan dalam perjalanan tunggal atau yang rutenya cukup dengan satu tiket pesawat. NonConjunction Ticket ini tidak dapat dikeluarkan dengan menunjuk atau berhubungan dengan tiket yang lainnya.

Loyalitas

Menurut Puluhulawa (2021) Loyalitas adalah Tindakan yang menunjukkan sikap dukungan sikap dukunganyang konsisten kepada organisasi atau instansi, dimana dia bekerja atau kesadaran pegawai itu sendiri dengan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran dan waktu untuk mencapai tujuan organisasi serta tidak melakukan Tindakan Tindakan yang tidak sesuai dengan aturan. Loyalitas adalah tekad dan kesanggupan untuk menaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mengatakan loyalitas adalah pelanggan yang berkomitmen memiliki keterikatan emosional terhadap merek atau perusahaan yang ditujunya. Menurut Kartajaya (2014) menyatakan bahwa loyalitas tertinggi dilihat dari keaktifan pelanggan dalam merekomendasi brand. Namun, sering kali rekomendasi juga menjadi hal yang biasa. Faktanya sering kali kita mendengar rekomendasi dari rekan yang berupa rekomendasi negative.

Menurut Natarina (2022) Manfaat loyalitas pelanggan adalah Mempertahankan Kelangsungan Usaha, Meningkatkan Kinerja Keuangan, Prospek Keuntungan yang Lebih Besar, Biaya Perawatan Pelanggan Lebih Rendah, Efisiensi dan Menjadi Pembela.

Dalam hal ini terdapat beberapa indicator yang digunakan dalam loyalitas, diantaranya

1. Pembelian Ulang

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) Pembelian ulang adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana customer benar-benar membeli.

2. Kebiasaan mengkonsumsi merek

Menurut Hidayatulloh (2013) Adalah pembeli yang puas dengan produk atau setidaknya tidak mengalami ketidakpuasan, dan membeli merek produk tertentu karena kebiasaan. Untuk pembeli seperti ini, tidak terdapat dimensi ketidakpuasan yang cukup untuk menstimulasi suatu peralihan tersebut membutuhkan usaha, karena tidak ada lagi alasan bagi mereka untuk memperhitungkan berbagai alternatif.

3. Rasa suka yang besar terhadap merek

Menurut Hidayatulloh (2013) konsumen yang masuk dalam kategori loyalitas ini merupakan konsumen yang sungguh sungguh menyukai merek tersebut. Preferensi mereka mungkin dilandasi suatu asosiasi, seperti symbol, rangkaian pengalaman dalam menggunakan produk atau perceived quality yang tinggi.

4. Ketetapan pada merek

Menurut Tjiptono dalam Sangadji, Etta & Sopiah (2013) mengemukakan bahwa ketetapan pada merek artinya menolak produk atau jasa dari pesaing yang mengakibatkan tidak tertarik terhadap produk atau jasa sejenis diluar perusahaan tersebut.

5. Keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek termurah

Menurut Hidayatulloh (2013) Keyakinan terhadap suatu merek bahwa merek tersebut adalah merek yang termurah atau dengan kata lain pelanggan yang berkomitmen adalah pembeli yang setia. Di sisi lain pelanggan menyukai merek tersebut dikarenakan harganya yang terbilang murah dan pelanggan tersebut sangat berkomitmen dan sangat setia menggunakan produk tersebut. Mereka mempunyai suatu kebanggaan dalam menemukan atau menjadi pengguna dari suatu merek. Merek tersebut sangat penting bagi mereka, baik dari segi harga maupun fasilitas yang didapati. Rasa percaya mereka mendorong mereka merekomendasikan merek kepada orang lain dan selalu menggunakan merek tersebut

Penumpang

Menurut Peraturan Menteri (PM) No. 49 Tahun 2012 Penumpang adalah seseorang yang Namanya tercantum dalam tiket yang dibuktikan dengan dokumen identitas diri yang sah dan memiliki pas masuk pesawat (Boarding Pass). Sedangkan pengertian penumpang menurut PM 38 Tahun 2015 adalah orang yang menggunakan jasa angkutan udara dan Namanya tercantum dalam tiket yang Namanya tercantum dalam dokumen identitas diri yang sah dan memiliki pas masuk pesawat (Boarding Pass).

Menurut Rusydi (2017) Pelanggan (Customer) adalah seseorang yang datang atau memiliki kebiasaan untuk membeli sesuatu dari penjual. Kebiasaan tersebut meliputi aktifitas pembelian dan pembayaran atas sejumlah produk yang dilakukan berulang kali. Dijelaskan juga Menurut Rusydi (2017) Pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan.

Pengertian penumpang dalam konteks yang sama juga dijelaskan dalam Peraturan Menteri (PM) No. 49 Tahun 2012 Bab 1 ayat 5 tentang Standar Pelayanan Penumpang Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal, dimana dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa penumpang adalah seseorang yang tercantum dalam tiket yang dibuktikan dengan dokumen identitas diri yang sah serta memiliki pas masuk pesawat (boarding pass).

Profil Perusahaan Maskapai Lion Air

Lion Air merupakan maskapai penerbangan yang didirikan oleh PT Lion Mentari Airlines. Perusahaan ini lahir pada tahun 1999 dan mulai beroperasi pada tahun 2000. Maskapai penerbangan ini memiliki kantor pusat atau pangkalan pusatnya di kota Jakarta. Maskapai ini sendiri merupakan salah satu maskapai swasta besar yang melayani rute penerbangan di berbagai kota di Indonesia dan luar negeri. Sebagai salah satu maskapai penerbangan swasta, Lion Air memiliki sejarah menarik untuk dibahas.

Pada tahun 2000 dimana penerbangan pertamanya dilakukan, maskapai ini memiliki kontrak besar. Perusahaan ini telah memiliki perencanaan yang cukup matang untuk memberdayakan penerbangannya untuk mencapai apa yang telah diekspansikan di kancah regional. Kemudian, maskapai ini pun berusaha untuk

memperkuat operasionalnya dengan cara mendirikan anak perusahaannya yaitu Batik Air dan Wings air. Untuk memperkuat operasionalnya di luar negeri, maskapai ini juga telah mempersiapkan Thai Lion Air dan Malindo Air. Yang menjadi momok luar biasa bagi masyarakat adalah maskapai ini sering terlambat.

Maskapai ini juga pernah menjadi berita nasional karena armadanya yang rusak dan menabrak burung yang mengharuskan armada ini menghabiskan ratusan juta untuk melakukan refund. Sejarah yang pernah dialami oleh maskapai ini adalah menjadi maskapai dengan kinerja yang buruk dan dapat mempengaruhi keselamatan terbangnya. Akhirnya, dengan deretan armada penerbangan lainnya juga masuk dalam salah satu maskapai yang dilarang untuk terbang ke Uni Eropa pada tahun 2014. Namun, larangan tersebut telah dicabut pada tahun 2016. Akhirnya, maskapai ini terus memperbaiki diri dan mulai mengoperasikan lebih dari 100 pesawat lagi sekarang. Ekspansi keberhasilannya tercatat karena maskapai penerbangan ini memberikan tarif yang murah. Model tarif murah dari Lion Air nyatanya memang menarik berbagai macam kalangan untuk terbang dengan menggunakan maskapai ini. (Setya, 2012).

Profil Bandar Udara Mopah, Merauke

Bandar Udara Internasional Mopah merupakan Bandar Udara yang terletak di Kota Merauke, provinsi Papua Selatan, Indonesia. Bandar Udara Mopah Merauke dibangun pada tahun 1943 khusus untuk keperluan darurat perang. Saat ini bandar aini melakukan dan melayani penerbangan ke Jayapura, Timika, Makassar, Surabaya, dan Jakarta. Dengan Panjang landasan 2.250 meter. Bisa didarati oleh jenis pesawat Boeing 737 series. Dengan bertambahnya kunjungan wisata, maka aktifitas penerbangan yang menggunakan bandar aini juga bertambah. Luas bangunan terminal sebelumnya adalah 1.972 meter persegi untuk menampung hingga 331 penumpang pada jam sibuk sudah tidak memadai lagi karena telah melampaui kapasitas penuh terminal.

Sesuai standar yang dikeluarkan oleh Ditjen Perhubungan Udara, dibutuhkan 14 meter persegi/ penumpang. Tahun 2015 yang lalu, Kemenhub merenovasi sekaligus memperluas serta menata ulang Gedung terminal menjadi 4.634 meter persegi. Saat ini terminal telah memiliki tempat check in yang lebih luas dan dilengkapi dengan ruang pengosongan senjata serta ruang tunggu keberangkatan yang nyaman dengan 381 kursi untuk para calon penumpang.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, yaitu dengan upaya seorang peneliti menemukan pengetahuan dengan memberi data berupa angka. Angka yang diperoleh digunakan untuk melakukan keterangan, sederhananya penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang disusun secara sistematis terhadap bagian-bagian dan untuk menemukan kausalitas keterkaitan.

Menurut Utama (2015) penelitian kuantitatif berkaitan erat dengan Teknik Teknik survey sosial termasuk wawancara terstruktur, analisis isi, analisis formal dan masih banyak lagi. Metode penelitian ini diartikan sebagai bagian dari serangkaian investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data untuk kemudian diukur dengan matematika atau komputasi. Riset ini besar dilakukan dengan menggunakan metode dalam pengumpulan data kuantitatif lewat studi penelitian.

Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi yang dipilih peneliti untuk meneliti kasus yang telah diambil adalah UPBU Mopah Merauke Papua. Lokasi yang sudah dipilih oleh peneliti tersebut telah dipertimbangkan dengan situasi, kondisi, medan dan waktu dalam penelitian kuantitatif tersebut. Penelitian ini dilakukan di lokasi tersebut untuk mendapatkan data yang pasti dan valid untuk diteliti serta untuk mendapatkan data data untuk diolah. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2022 dengan harapan semoga peneliti mendapatkan semua data data yang dibutuhkan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian menarik kesimpulan atas apa yang telah peneliti dapatkan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang membeli tiket Maskapai Lion Air di Bandar Udara Mopah Merauke.

Populasi pada penelitian ini adalah mengacu pada data operasional perbulan penumpang (manifest maskapai Lion Air) yaitu pada bulan Juli tahun 2022. Menurut data statistik penerbangan Maskapai Lion Air perbulan Bandar Udara Mopah Merauke. Bandar Udara Mopah Merauke berdasarkan data statistik perbulan yaitu mengeluarkan sebanyak 12.864 penumpang pada bulan Juli 2022.

Sampel

Sampel penelitian digunakan untuk mendapatkan gambaran dari populasi. Sugiyono (2018), mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi, yaitu penumpang Maskapai Lion Air yang melakukan penerbangan dari Bandar Udara Mopah Merauke. Penentuan besarnya sampel penelitian ini didasarkan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* (1982) dalam (Sugiyono, 2018) yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500.

Berdasarkan uraian diatas untuk mencari jumlah sampel dalam penelitian ini, maka penulis akan menggunakan rumus slovin sebagai alat ukur untuk menghitung sampel. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan besaran sampel dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 100 responden, karena untuk mempermudah pada saat penyebaran kuisioner dan melihat kemampuan penulis dari segi waktu dan usaha yang terbatas.

Teknik Pengumpulan Data

Kuisisioner

Kuisisioner adalah alat untuk memperoleh data tentang topic tertentu, yang melibatkan pendistribusian formulir yang terdiri dari pertanyaan yang berkaitan dengan topic yang diteliti. Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Metode kuisisioner yang akan dilakukan itu berupa kuisisioner online maupun offline yaitu dimana sampel tersebut dapat bebas menjawab dan tidak menggunakan kegiatan sampel.

Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu dalam bentuk gambar, foto, sketsa dan lain lain. data yang sudah dikumpulkan dapat digunakan sebagai data pendukung yang dibutuhkan pada penelitian ini, dalam penelitian ini peneliti menyelidiki benda benda tertulis seperti kenaikan dan penurunan harga tiket serta jumlah naik turunnya penumpang yang menggunakan jasa Maskapai Lion Air.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa kuisisioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan dengan beberapa jawaban yang telah disediakan dan mengumpulkan data data dari pihak Maskapai Lion Air di Bandar Udara Mopah Merauke. Variabel harga tiket menjadi variable independent dan variable loyalitas penumpang menjadi variable dependen. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert.

Menurut Sugiyono (2018) definisi skala likert adalah sebagai skala dalam jenis data penelitian senantiasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap individu atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang menjadi subjek penelitian. Dalam menjawab skala likert ini, responden hanya memberi tanda, misalnya checklist atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai dengan pertanyaan.

Jenis Data

Menurut Sugiyono (2018) Data Primer adalah pengumpulan data yang dihasilkan langsung dari sumber aslinya biasanya berupa dokumentasi serta kuisisioner pada waktu tertentu. Sedangkan Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara. Data ini berupa bukti fisik catatan, atau dokumen dokumen, jurnal dan tugas akhir. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kedua jenis data tersebut untuk menjadi bahan dasar dan menghasilkan sebuah insight yang berguna dan dapat menjawab permasalahan yang terjadi.

Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian lakukan. Dan data primer yang peneliti dapatkan ialah data hasil observasi selama melakukan penelitian di lapangan.

Kredibilitas Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Menurut Sugiyono (2016) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item. Pengujian validitas item butir pernyataan dengan Teknik corrected item tool. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan menggunakan r table pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai r yang diperoleh dilakukan dengan r table, bila nilai r hitung < nilai r table, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid. Bila r hitung > nilai r table, maka butir pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:247-249) reduksi data ialah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya yang pada akhirnya memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Normalitas adalah salah satu uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Uji Homogenitas

Menurut Salma (2020) tujuan utama dari uji homogenitas adalah memastikan bahwa sejumlah populasi yang akan diukur adalah homogen. Dengan kata lain, tidak jauh beda keragamannya. Uji homogenitas adalah sebuah persyaratan sebelum melakukan pengujian lainnya seperti T test dan annova. Pengujian atau uji

homogenitas bertujuan untuk meyakinkan bahwa sekumpulan data yang akan diukur memang berasal dari populasi yang homogen (sama). Perhitungan homogenitas dilakukan peneliti saat ingin membandingkan sebuah sikap, intens atau perilaku (varians) pada dua kelompok variasi. Kelompok populasi tersebut memiliki ciri dan karakteristik sendiri seperti usia, jenis kelamin, Pendidikan, dan lain sebagainya.

Teknik Analisa Data

Deskriptif Statistik

Menurut Sugiyono (2018) statistic deskriptif adalah yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud memberi kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generelasi.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antar satu variable dependen dan satu variable independent. Formula matematis untuk mencari nilai variable dependen dan nilai variable independent dikembangkan dengan persamaan berikut (Priyastama, 2017).

$$y = a + Bx$$

Keterangan :

y = Variabel Dependen

a = Konstan

b = Koefisien Regresi atau Slope

Uji T (Uji Persial)

Ghozali (2012) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh variable indipenden yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variable dependen secara persial. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variable penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variable terkait. Dalam hal ini uji T (uji persial) yaitu mengetahui tingkat signifikan harga tiket (X) secara persial terhadap jumlah penumpang (Y).

Hipotesis yang di uji adalah Ho dan Ha. Yaitu membandingkan nilai (Sig). dengan probabilitas sebesar 5% (0,05). Adapun yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikan (Sig).

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (KD) ini berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh variable independent (X) terhadap variable dependen (Y). dalam penggunaanya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam presentase (%) dengan rumus sebagai berikut.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono (2018)

Keterangan :

Kd: koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variable terikat

r: koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi dalam SPSS ditunjukan pada nilai R square pada table model Summary dari proses uji regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh harga tiket dan loyalitas penumpang di bandar udara Mopah Merauke. Berdasarkan dari hasil data yang telah dikumpulkan dari penyebaran kuisisioner kepada para penumpang di Bandar udara Mopah Merauke, maka penulis dapat menjelaskan data sebagai berikut :

Berdasarkan pada penelitian ini output dari uji regresi linear sederhana dengan menggunakan program IBM SPSS 26 Statistic ForWindows menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh sangat signifikan terhadap loyalitas penumpang yang berada di bandar udara Mopah Merauke dengan nilai koefisien yang diperoleh sebesar 3.580. Dan berdasarkan hasil dari uji T skor t hitung dari variable pengaruh harga tiket adalah $0,001 < t \text{ table}$ (Probabilitas 0,05), yakni sebesar 1.660 serta skor signifikan sebesar 0,001 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh harga tiket memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas penumpang. Hal tersebut menginformasikan bahwa semakin murah atau rendah harga tiket yang diberikan oleh Maskapai Lion Air maka akan menimbulkan kesan positif terhadap pengguna jasa yang nantinya akan semakin meningkatkan Loyalitas Penumpang di Bandar Udara Mopah Merauke.

Tabel 1 Analisis Regresi Linear Sederhana Coefficient

Sumber : Data diolah oleh peneliti, (2023)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.926	2.797		8.196	.000
	Religiusitas	.301	.084	.340	3.580	.001

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis yang menggunakan uji T dengan hasil table koefisien maka diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variable X (Harga Tiket) terhadap Y (Loyalitas). Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian uji t sebesar 3.580. sedangkan t table adalah 1.660 pada taraf signifikansi 0,05 yang memiliki arti bahwa hipotesis Ho ditolak dan hipotesis Ha diterima, sehingga menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh harga tiket terhadap loyalitas penumpang pada maskapai Lion Air di bandar udara Mopah Merauke. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis yang menggunakan uji koefisien determinasi didapatkan nilai R sebesar 0,340 dengan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 11,6%. Hal ini memiliki arti bahwa pengaruh variable X (Pengaruh Harga Tiket) terhadap variable Y (Loyalitas Penumpang) sebesar 11,6% dan selebihnya 88,4% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Tabel 2 Analisis Regresi Linear Sederhana Model Summary

Sumber : Data diolah oleh peneliti, (2023)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340 ^a	.116	.107	2.50073
Sumber: data diolah peneliti, (2023)				

Untuk faktor lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas penumpang diluar dari data yang diolah peneliti yaitu 11,6% atau selebihnya dari itu yaitu sisanya 88,4% ada kemungkinan yang terjadi adalah jam terbang yang mendadak dan yang selalu membutuhkan transportasi yang selalu ready setiap harinya, untuk maskapai Lion Air sendiri memiliki jam terbang yang tinggi dan selalu berada ataupun selalu mengambil penumpang di bandar udara Mopah Merauke setiap harinya. Hal tersebut yang membuat maskapai Lion Air selalu kebanjiran penumpang atau selalu mendapatkan penumpang karena selalu memberangkatkan penumpang dari bandar udara Mopah Merauke. Penumpang yang kepepet atau yang ingin bepergian hari itu juga akan menggunakan jasa Maskapai Lion Air tersebut untuk biro perjalannya yang di lakukan secara mendadak tersebut.

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu, hasil kerja penulis sebanding dengan penelitian Siti Subekti (2019) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung” yang mengemukakan bahwa kualitas layanan berkontribusi signifikan positif terhadap loyalitas penumpang. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Raden Inten II Lampung. Kemudian perbandingan yang berikutnya yaitu penelitian ini sebanding dengan penelitian Nofi Zahara, Meri Dwi Anggraini (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intrevening” dengan hasil temuan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen. Harga tiket berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan nilai pengaruh tidak langsung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang diperoleh mengenai pengaruh harga tiket terhadap loyalitas penumpang pada maskapai lion air dibandar udara Mopah Merauke adalah sebagai berikut :

Pengaruh Harga Tiket berpengaruh terhadap Loyalitas Penumpang di Bandar Udara Mopah Merauke. Dimana diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.580 > 1,660$ dengan nilai signifikan lebih kecil dari probabilitas yaitu $0,01 < 0,05$ maka dapat dikatakan H_a diterima dan H_o ditolak atau dengan kata lain variable independent pengaruh harga tiket berpengaruh terhadap variable dependen loyalitas penumpang di Bandar Udara Mopah Merauke. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dalam penelitian menghasilkan data yang positif bahwa pengaruh harga tiket mempengaruhi loyalitas penumpang pada maskapai Lion Air. Hal ini memiliki arti bahwa apabila harga tiket maskapai lion air turun atau lebih murah seperti harapan penumpang di bandar udara Mopah Merauke maka loyalitas penumpang akan meningkat atau dengan kata lain akan lebih banyak masyarakat dikota Merauke yang akan terus menggunakan jasa maskapai lion air sebagai moda transportasi nya.

Hasil pengkajian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 11,6% terhadap variable Y (Loyalitas Penumpang). Sedangkan 88,4% lainnya dipengaruhi factor lain diluar variable X (Pengaruh Harga Tiket). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan R square (koefisien determinasi) sebesar 11,6% yang artinya harga tiket mempengaruhi loyalitas penumpang sebesar 11,6%.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang penulis harapkan dapat membangun efek positif dan diharapkan dapat membawa perubahanyang baikkedepannya antara lain:

Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi, masukan serta bahan pertimbangan bagi instansi atau maskapai yang terkait untuk mempertahankan dan mengoptimalkan harga tiket yang diberikan atau yang ditujukan kepada penumpang untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas penumpang.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta mampu untuk menambah pengetahuan bagi pembaca atau peneliti dimasa yang akan datang, meskipun pada kenyataanya masih banyak kekurangan pada indicator dan kuisisioner penelitian ini yang perlu penulis perbaiki. Diharapkan penelitian selanjutnya peneliti dapat meneliti dengan lebih baik dan lebih detail, terkait pengaruh harga tiket dan loyalitas penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. 2021. "Tujuan Penetapan Harga Menurut Para Ahli". <https://hot.liputan6.com/read/4651133/tujuan-penetapan-harga-menurut-para-ahli-metode-dan-strateginya>. 25 Juni 2022.
- Amstrong, G. dan Kotler, P. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta
- Annex 14 dari ICAO. (2022, July 10). Pengertian Bandar Udara
- Anonim. 2019. Macam-macam Tiket Penerbangan Menurut Wilayah, Kelas, Sifat Penggunaan, Cara Penerbitan, Harga, Status dan Jumlah Flight Coupon. <https://www.pustakamadani.com/2019/09/macam-macam-tiket-menurut-wilayah-kelas.html>. 26 Juni 2022.
- Anonim. 2022. Definisi Penumpang. <http://pengertian.apa-itu.net/definisi-penumpang>. 3 November 2022.
- Assauri, S. 2014. Manajemen Pemasaran. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik. 2016. Tentang Bandar Udara Mopah dan Pelayanan Jasa Transportasi Udara di Ujung Timur Indonesia. Jakarta. Kementrian Perhubungan Indonesia.
- Bulele, E.Y. 2016. Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 3(16): 258-269.
- Ghozali, I. 2012. Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Universitas Diponegoro. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Guntur, E.M. 2010. Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara. Sagung Seto. Jakarta.
- Hidayah, N. N., Wiyanto dan Sopyan, A. 2017. Analisis Kemampuan Berpikir Deduksi Hipotesis Terhadap Pemahaman Konsep Rangkaian Resistor Pada Listrik Arus Searah. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(1): 34-42.
- Hidayatulloh, A. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Skripsi. Fakultas Ekonomi UIN Syarif Hidayatulloh. Jakarta.
- Indriani, T. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api. Skripsi. Fakultas Ekonomi Unpas. Bandung.
- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Cetakan 3. Rajawali. Jakarta.
- Krisdayanto, I. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Café Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management* 4(4).
- Maulid, R. 2022 Definisi Uji Normalitas. <https://www.dglab.id/teknik-analisis-data-ragam-jenis-uji-normalitas-dalam-asumsi-klasik>. 4 November 2022.

- Menteri Perhubungan. 2016. Bandara Mopah, Pelayanan Jasa Transportasi Udara di Ujung Timur Indonesia. Menteri Perhubungan. Jakarta
- Merlita, Y. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Kereta Api Kertapati Palembang. Tesis. Universitas Bina Darma. Palembang.
- Pemerintah Indonesia. 2009. "Undang-undang No. 1 Tahun 2009 yang mengatur tentang Penerbangan". Lembaran RI Tahun 2009, No 4956. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Peraturan Menteri Perhubungan No 49 Tahun 2012 Tentang pengertian Penumpang. <https://sekolahpenerbangan.co.id/pengertian-penumpang/>. 4 November 2022.
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 69 Tahun 2013 tentang Tatanan Kemandarudaraan Nasional (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 No 1046).
- Pratama, R. A. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Penumpang Efisiensi Trayek Purwokerto-Jogja). Skripsi. Universitas Jenderal Sudirman. Purwokerto.
- Priyastama, R. 2017. Buku Sakti Kuasai SPSS. Start Up. Yogyakarta.
- Rusydi, A. 2017. Manajemen Pemasaran. Alfabeta. Bandung.
- Salma, 2020. Definisi Uji Homogenitas. <https://tambahpinter.com/uji-homogenitas/>. 3 November 2022.
- Sangadji., Mamang, E., dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Andi. Jakarta.
- Santoso, B. A. 2020. Definisi Uji Linearitas. <https://agungbudisantoso.com/pentingnya-linearitas-pada-regresi-dan-cara-jitu-mengatasinya/>. 3 November 2022.
- Siadari, C. 2020. Pengertian Harga Menurut Para Ahli. <https://www.kumpulanpengertian.com/2020/12/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>. 25 Juni 2022.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D. alfabeta, CV. Bandung.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2018. Populasi dan Sampwl Penelitian. <https://repository.stei.ac.id/2117/3/BAB%203.pdf>
- Sutama. 2015. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D. Fairuz Media. Surakarta.
- Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi. Yogyakarta.