

**PENGARUH LOKASI, NILAI PELANGGAN, DAN PERSAINGAN HARGA TERHADAP PENGGUNA JASA
TRANSPORTASI PADA PT. PALAPA MEDAN. JL. SISINGAMANGARAJA, HARJOSARI I,
KECAMATAN MEDAN AMPLAS.**

Hendra Jonathan Sibarani, S.S.T., M.Si

Lestarida F. Simamora¹, Rovina Manihuruk², Januari Simarmata³

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Medan

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini dilihat tempat parkir yang terlalu sempit, lokasi perusahaan berketepatan dipinggir jalan dan sering mengakibatkan kemacetan lalu lintas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, nilai pelanggan, dan persaingan harga terhadap pengguna jasa transportasi pada PT. Palapa Medan dengan populasi sebesar 840 dengan jumlah sampel sebanyak 89 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuisioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan regresi linier, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t, uji F) dan koefisien determinan, pengolahan data menggunakan program software SPSS versi 20. Hasil pengujian secara parsial lokasi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna jasa transportasi (Y). Untuk nilai pelanggan (X_2) tidak berpengaruh terhadap pengguna jasa transportasi (Y). Untuk persaingan harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna jasa transportasi (Y). Untuk hasil uji F hasil bahwa secara simultan variabel lokasi, nilai pelanggan dan persaingan harga berpengaruh signifikan terhadap pengguna jasa transportasi.

Kata kunci : **Lokasi, Nilai Pelanggan, Persaingan Harga, Pengguna Jasa Transportasi**

ABSTRACT

The background of this research is seen that the parking lot is too narrow, the location of the company is right on the side of the road and often results in traffic jams. This study aims to determine the effect of location, customer value, and price competition on users of transportation services at PT. Palapa Medan with a population of 840 with a sample size of 89 people. The data collection techniques used were questionnaire and interview techniques. The data analysis technique uses linear regression, classic assumption test, hypothesis test (t test, F test) and determinant coefficient, data processing using the SPSS version 20 software program. The results of partial location testing (X_1) have a positive and significant effect on transportation service users (Y). For customer value (X_2) has no effect on transportation service users (Y). Price competition (X_3) has a positive and significant effect on transportation service users (Y). For the F test results, the simultaneous variable location, customer value and price competition have a significant effect on transportation service users.

Keywords: Location, Customer Value, Price Competition, Transportation Service Users