

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Tinjauan Umum

5.1.1 Sejarah New Bintang Trans

New Bintang Trans merupakan salah satu bisnis UMKM yang menyediakan layanan bus travel pariwisata dalam kota maupun luar kota, yang terletak di Sungailiat Kabupaten Bangka. New Bintang Trans ini memiliki sejarah yang cukup panjang dan menarik. Bapak Ferry Gunawan yang mendirikan dan mengembangkan New Bintang Trans tersebut.

Sebelumnya New Bintang Trans ini bergerak dibidang jual beli tiket kapal ferry (untuk penyebrangan) pada tahun 2011 bisnis ini masih beroperasi dan saat itu di kota Sungailiat, Bangka (sebelah Bank BCA cabang Sungailiat). New Bintang Trans seiring berjalannya waktu mulai mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan juga layanan bus pariwisata yang mulai beroperasi sekitar tahun 2013 guna lebih mempromosikan usahanya dengan meningkatkan kapasitas pelayanan kepada konsumen. Kemudian sampai pada saat tahun 2020 yang mana kita tahu pada tahun tersebut sedang dilanda COVID-19, mulai dari tahun 2020 ini bisnis New Bintang Trans semakin menurun karena bisnis pariwisata yang drop atau sepi, orang-orang tidak bisa sembarangan berkeliaran dan berinteraksi secara bebas semuanya seperti isolasi diri dan mementingkan kesehatan dan kebersihan diri karena takut akan tertularnya virus covid-19 tersebut.

New Bintang Trans saat ini memiliki 10 unit medium bus dan 1 unit mobil Hi Ace yang tersedia untuk operasional bisnis travel pariwisata. Pada tahun 2021, New Bintang Trans menambah armada mereka dari yang hanya 2 unit bus hingga menjadi seperti sekarang yang memiliki total 10 unit medium bus dengan desain gambar dan body yang terbaru dan belum banyak tersedia di Bangka Belitung karena juga seiring dengan

pertumbuhan industri pariwisata dan permintaan penyewaan bus travel dengan tour dalam kota maupun luar kota bahkan bisa antar pulau. Sejak penambahan unit bus dengan inovasi baru, New Bintang Trans telah lebih di kenal atau tingkat pengetahuan orang-orang pada New Bintang Trans semakin meningkat dan luas (Sumber: Owner/pemilik New Bintang Trans, 2024)

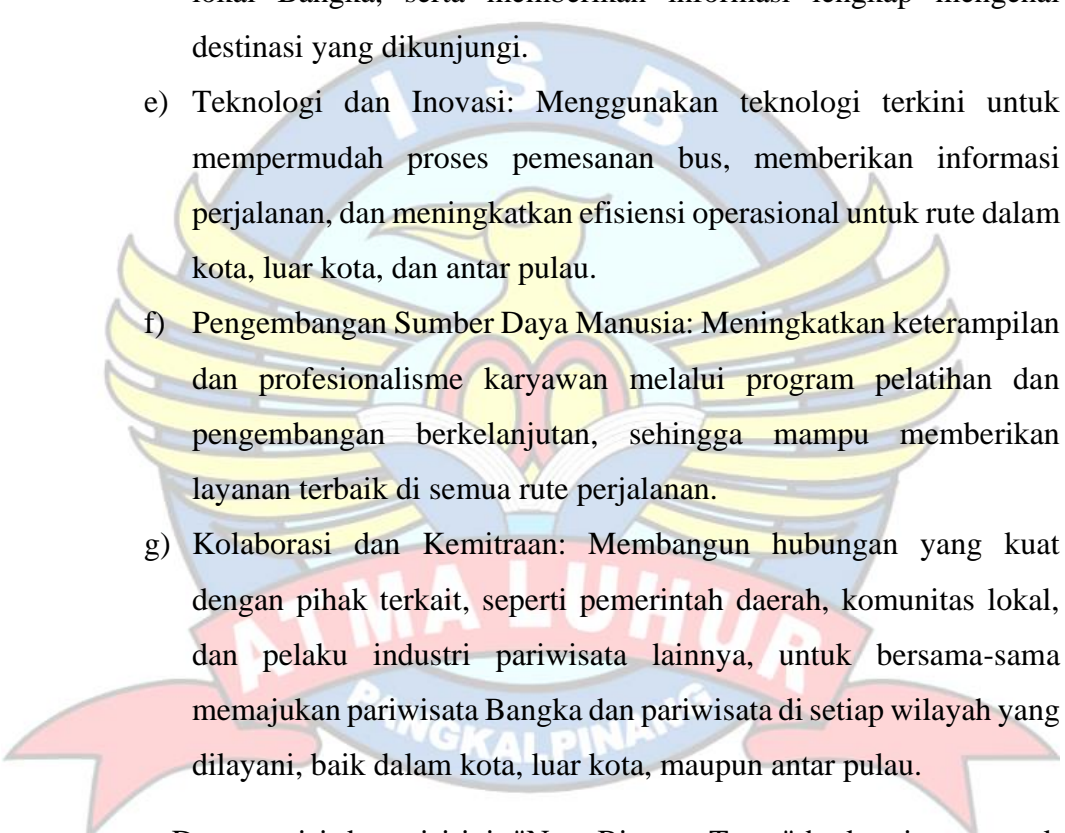
New Bintang Trans merupakan bisnis travel bus pariwisata yang didirikan dan dikembangkan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan menjadi tour dan tempat penyewaan bus yang aman, nyaman, dan berkualitas bagi para konsumen. New Bintang Trans sangat memperhatikan kenyamanan yang akan diterima oleh penyewa bus dan tour mereka atau konsumen mereka. (Sumber: Owner/pemilik New Bintang Trans, 2024)

5.1.2 Visi dan Misi

Visi: Menjadi perusahaan bisnis travel bus pariwisata terdepan di Sungailiat, Bangka yang dikenal karena layanan unggul, kenyamanan, dan keamanan, serta berperan aktif dalam mempromosikan keindahan pariwisata Bangka. Perusahaan ini juga mengedepankan destinasi wisata lokal, nasional, dan antar pulau kepada wisatawan lokal dan internasional.

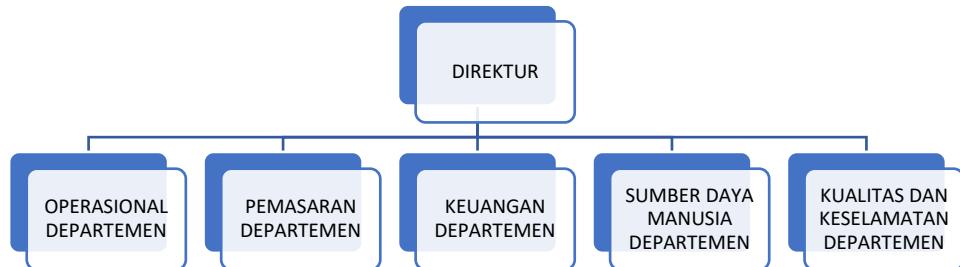
Misi:

- a) Pelayanan Prima: Memberikan layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional, memastikan setiap penumpang merasa dihargai dan diperhatikan selama setiap perjalanan, baik di dalam kota, luar kota, maupun antar pulau.
- b) Keamanan dan Keselamatan: Menjaga standar keselamatan yang tinggi dengan melakukan perawatan berkala pada armada bus dan memberikan pelatihan keselamatan kepada semua staf dan pengemudi untuk setiap rute perjalanan.

- 
- c) **Kenyamanan Maksimal:** Menyediakan bus yang nyaman dan modern, dilengkapi dengan fasilitas lengkap seperti AC, hiburan musik dan karaoke, TV, dan kursi yang ergonomis untuk menjamin pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan nyaman di setiap destinasi.
 - d) **Pengalaman Wisata yang Berkesan:** Menawarkan paket wisata yang menarik dan beragam, menonjolkan keindahan alam dan budaya lokal Bangka, serta memberikan informasi lengkap mengenai destinasi yang dikunjungi.
 - e) **Teknologi dan Inovasi:** Menggunakan teknologi terkini untuk mempermudah proses pemesanan bus, memberikan informasi perjalanan, dan meningkatkan efisiensi operasional untuk rute dalam kota, luar kota, dan antar pulau.
 - f) **Pengembangan Sumber Daya Manusia:** Meningkatkan keterampilan dan profesionalisme karyawan melalui program pelatihan dan pengembangan berkelanjutan, sehingga mampu memberikan layanan terbaik di semua rute perjalanan.
 - g) **Kolaborasi dan Kemitraan:** Membangun hubungan yang kuat dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah, komunitas lokal, dan pelaku industri pariwisata lainnya, untuk bersama-sama memajukan pariwisata Bangka dan pariwisata di setiap wilayah yang dilayani, baik dalam kota, luar kota, maupun antar pulau.

Dengan visi dan misi ini, "New Bintang Trans" berkomitmen untuk menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang ingin menjelajahi keindahan Bangka dan berbagai destinasi di Indonesia dengan kenyamanan dan keamanan terbaik.

5.1.3 Struktur organisasi New Bintang Trans



Gambar 5. 1 Struktur Organisasi New Bintang Trans

Setiap perusahaan ataupun industri bisnis tentu memiliki beberapa departemen dengan tugas yang berbeda disetiap departemen tersebut, Beberapa departemen pada struktur organisasi New Bintang Trans diantaranya yaitu:

a) Direktur

Bertanggung jawab atas keseluruhan operasi dan strategi perusahaan. Pemilik bisnis bisa menempati posisi sebagai CEO (Chief Executive Officer).

b) Operasional Departemen

Bertanggung jawab atas operasi sehari-hari, yang mencakup manajemen armada bus, staf, dan layanan. Mengelola armada bus pariwisata, termasuk perawatan, perbaikan, dan penjadwalan operasional serta tugas administratif. Sebagai pemilik, Bapak Ferry Gunawan memiliki pengaruh signifikan dalam manajemen armada dan strategi operasional, terutama karena Bapak Ferry Gunawan memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan di bidang tersebut.

Tugas:

- 1) Mengatur rute perjalanan, reservasi, dan koordinasi dengan pihak penyedia tour terkait.

- 2) Mengawasi kru bus, termasuk sopir dan pemandu wisata, serta memastikan layanan berkualitas bagi pelanggan.
- 3) Dalam departemen operasional New Bintang Trans, terdapat staf administrasi yang bertanggung jawab atas tugas-tugas administratif seperti pembayaran, dokumentasi, sertifikasi, dan komunikasi internal.

c) Pemasaran Departemen

Mengembangkan strategi pemasaran dan promosi guna menarik pelanggan yang baru serta untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Bertanggung jawab atas penjualan paket perjalanan, negosiasi dengan klien korporat atau individu, dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Menanggapi pertanyaan, masukan, dan keluhan pelanggan, serta memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Pemilik bisa terlibat langsung dalam pengembangan strategi pemasaran dan penjualan untuk memastikan visi bisnisnya tercermin dengan baik dalam aktivitas pemasaran perusahaan.

d) Keuangan Departemen

Bertanggung jawab atas pencatatan keuangan, pelaporan pajak, dan audit internal. Pemilik terlibat langsung dalam pengelolaan keuangan bisnis, terutama dalam perencanaan keuangan jangka panjang, investasi, dan strategi pertumbuhan.

Tugas:

- 1) Menganalisis kinerja keuangan perusahaan, membuat proyeksi, dan memberikan saran kepada manajemen tentang keputusan keuangan.
- 2) Mengurus penggajian karyawan, manfaat, dan administrasi keuangan lainnya.
- 3) Mencatat transaksi keuangan harian perusahaan, termasuk pemasukan dan pengeluaran. Tugas ini

mencakup pengelolaan buku besar, penyusunan laporan keuangan, dan persiapan untuk audit.

e) Sumber Daya Manusia Departemen

Bertanggung jawab atas rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, serta kebijakan kesejahteraan karyawan. Pemilik dapat memberikan arahan dan kebijakan terkait manajemen sumber daya manusia, terutama dalam hal budaya perusahaan, kebijakan karyawan, dan strategi pengembangan organisasi.

f) Kualitas dan Keselamatan Departemen

Bertanggung jawab atas kepatuhan perusahaan terhadap regulasi keselamatan dan standar kualitas layanan.

Tugas:

- 1) Melakukan inspeksi rutin terhadap armada bus, fasilitas, dan prosedur keselamatan.

5.1.4 Fasilitas dan layanan New Bintang Trans

New Bintang Trans adalah salah satu perusahaan penyedia jasa bus travel pariwisata di Sungailiat.

Berikut adalah fasilitas dan layanan yang umumnya ditawarkan oleh New Bintang Trans:

Fasilitas Bus:

- a) Kursi Nyaman: Kursi yang empuk dan bisa direbahkan, memberikan kenyamanan selama perjalanan panjang.
- b) AC: Sistem pendingin udara yang memastikan kenyamanan penumpang sepanjang perjalanan.
- c) Audio-Visual: Hiburan dalam bentuk sistem audio dan video, termasuk layar TV untuk menonton film atau acara dan karaoke musik selama perjalanan.

- d) Bagasi Luas: Ruang bagasi yang luas untuk menampung barang bawaan penumpang.

Layanan:

- a) Paket Wisata: Layanan paket wisata yang mencakup perjalanan ke berbagai destinasi pariwisata, baik domestik maupun internasional.
- b) Sewa Bus: Layanan penyewaan bus untuk berbagai keperluan seperti wisata, acara keluarga, outing perusahaan, study tour, ziarah dan lain-lain.
- c) Tur Kelompok: Penawaran khusus untuk kelompok besar seperti sekolah, komunitas, atau perusahaan yang ingin melakukan perjalanan bersama.
- d) Pengemudi Profesional: Pengemudi yang berpengalaman dan terlatih, menjamin keselamatan dan kenyamanan perjalanan.
- e) Customer Service 24/7: Layanan pelanggan yang siap membantu dan memberikan informasi kapan saja.
- f) Layanan Penjemputan: Penjemputan dari titik yang telah disepakati ke destinasi tujuan.
- g) Asuransi Perjalanan: Layanan asuransi perjalanan untuk memberikan perlindungan ekstra selama perjalanan.
- h) Pemandu Wisata: Layanan pemandu wisata yang berpengalaman untuk memberikan informasi dan pengalaman lebih dalam tentang destinasi yang dikunjungi.
- i) Rencana Perjalanan Fleksibel: Penyesuaian rencana perjalanan sesuai kebutuhan dan permintaan pelanggan.

5.1.1 Gambaran umum objek penelitian

Objek penelitian adalah responden yang sudah melihat ataupun menonton video konten melalui instagram @new_bintang_trans.id dan memberikan tanggapannya melalui kuesioner yang telah disebarkan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling (teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota

populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih dalam sampel) yaitu jenis purposive sampling (bentuk non-probability sampling di mana peneliti dengan sengaja memilih sampel yang dianggap mencerminkan karakteristik tertentu dari populasi yang sedang diteliti).

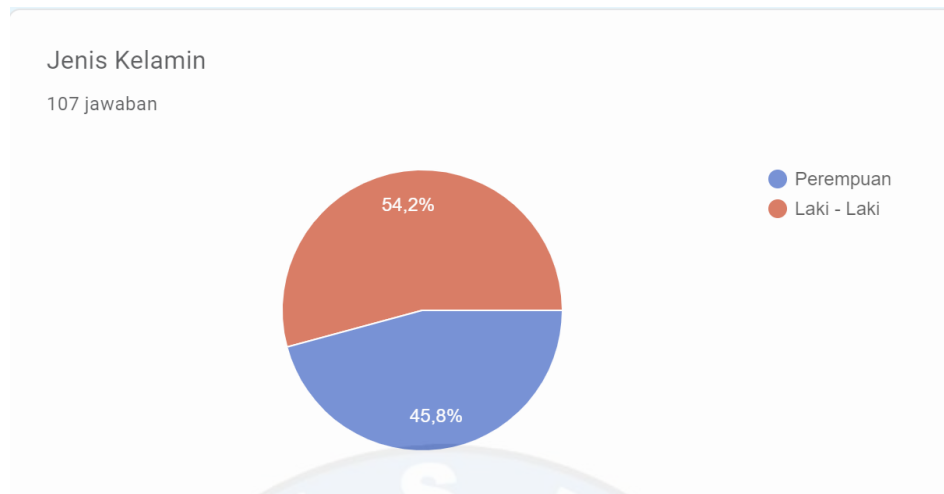
Dalam teknik ini, pemilihan sampel bergantung pada tujuan penelitian serta pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti tentang populasi yang sedang diteliti) dengan teknik Purposive Judgmental Sampling (Peneliti menggunakan penilaian atau keputusan pribadi untuk memilih sampel yang dianggap mewakili populasi dengan baik dalam penelitian ini. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pada pengetahuan atau pengalaman subjektif peneliti).

Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini adalah 107 responden. Informasi umum terkait responden penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 1 Informasi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki - Laki	58	54,2%
Perempuan	49	45,8%
Total	107	100%

Tabel 5.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki. Dari total 107 responden, sebanyak 58 orang (54,2%) adalah laki-laki yang telah melihat atau menonton video konten melalui Instagram @new_bintang_trans.id. Sedangkan responden perempuan yang telah melihat atau menonton video konten tersebut berjumlah 49 orang (45,8%).

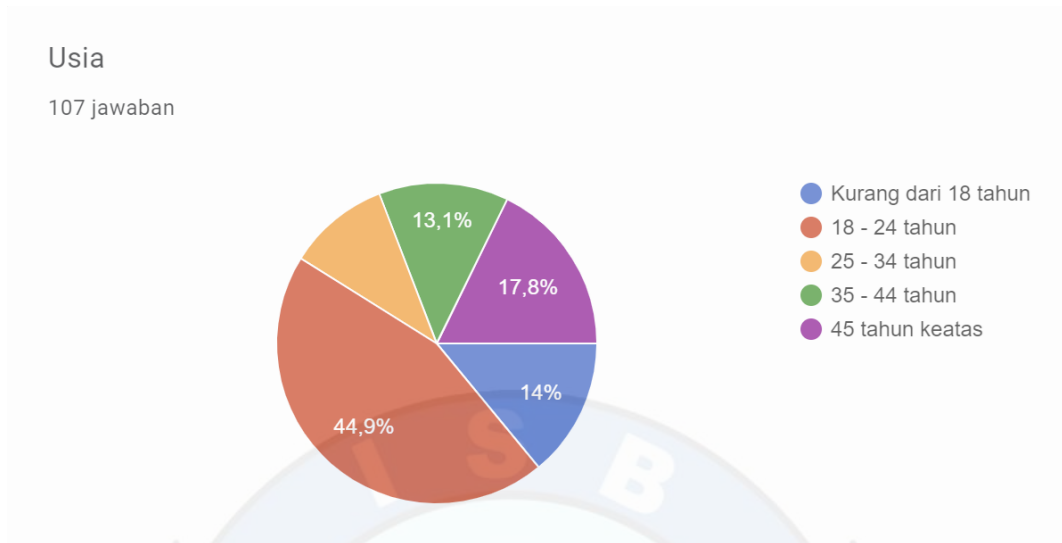


Gambar 5. 2 Informasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5. 2 Informasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persen (%)
Kurang dari 18 tahun	15	14%
18 – 24 tahun	48	44,9%
25 – 34 tahun	11	10,3%
35 – 44 tahun	14	13,1%
45 tahun keatas	19	17,8%
Total	107	100%

Tabel 5.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang telah melihat atau menonton video konten melalui Instagram @new_bintang_trans.id berusia 18 - 24 tahun (44,9%). Dari total 107 responden, sebanyak 15 orang (14%) berusia di bawah 18 tahun. Sebanyak 11 orang (10,3%) berusia 25 – 34 tahun, 14 orang (13,1%) berusia 35 - 44 tahun, dan 19 orang (17,8%) berusia 45 tahun ke atas.



Gambar 5. 3 Informasi Responden Berdasarkan Usia

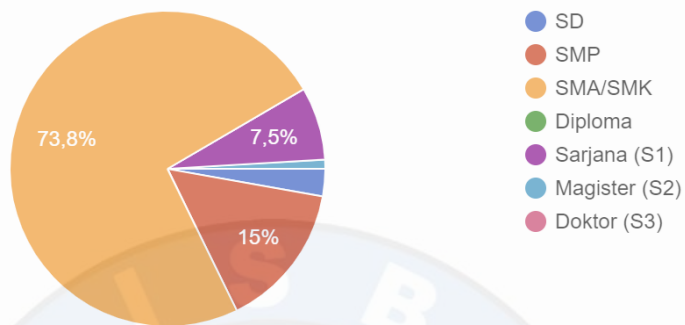
Tabel 5. 3 Informasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persen (%)
SD	3	2,8%
SMP	16	15%
SMA/SMK	79	73,8%
Diploma	-	-
Sarjana (S1)	8	7,5%
Magister (S2)	1	0,9%
Doktor (S3)	-	-
Total	107	100%

Tabel 5.3 menunjukkan bahwa, mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK sebanyak 79 orang (73,8%), dari total 107 responden. Dan responden yang berpendidikan SD sebanyak 3 orang (2,8%), kemudian berpendidikan SMP sebanyak 16 orang (15%), Sarjana (S1) sebanyak 8 orang (7,5%), berpendidikan Magister sebanyak 1 orang (0,9%).

Pendidikan terakhir

107 jawaban



Gambar 5. 4 Informasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

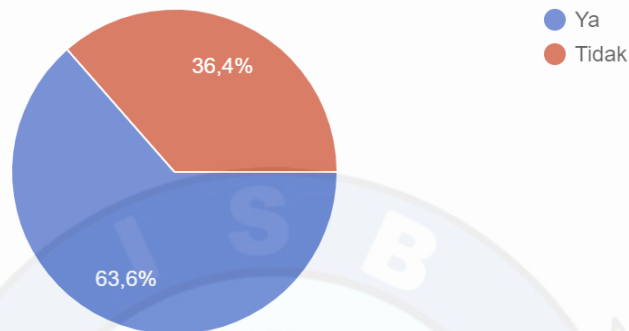
Tabel 5. 4 Informasi Responden Berdasarkan Pengalaman

Pengalaman menggunakan Layanan New Bintang Trans	Jumlah	Persen (%)
Ya	68	63,6%
Tidak	39	36,4%
Total	107	100%

Tabel 5.4 menunjukkan bahwa dari total 107 responden, mayoritas responden telah menggunakan layanan New Bintang Trans untuk penyewaan bus sebelumnya sebanyak 68 orang (63,6%) dan sebanyak 39 orang (36,4%) belum pernah menggunakan layanan New Bintang Trans untuk penyewaan bus sebelumnya.

Apakah Anda telah menggunakan layanan New Bintang Trans untuk penyewaan bus sebelumnya?

107 jawaban



Gambar 5. 5 Informasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

5.2 Hasil Penelitian

5.2.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ini efektif digunakan untuk mengukur hal yang seharusnya diukur. Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan mempertimbangkan output korelasi Pearson. Output korelasi Pearson merupakan angka koefisien korelasi antara dua variabel yang dihitung dengan menggunakan metode tersebut. Rentang nilai berkisar antara -1 hingga 1. Nilai positif menandakan hubungan positif antara variabel, nilai negatif menandakan hubungan negatif, dan nilai nol menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel. Semakin mendekati 1 atau -1, semakin kuat hubungan antara variabelnya. Dalam hal ini, jika nilai korelasi yang dihitung (r -hitung) melebihi nilai kritis dalam tabel (r -tabel), maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap memiliki hubungan yang signifikan terhadap skor total, sehingga item atau pertanyaan tersebut dianggap valid.

Nilai r-tabel diperoleh dengan mengacu pada derajat kebebasan (df), yang dalam kasus ini adalah $107-2 = 105$, dan besarnya adalah 0.1599, (sesuai dengan nilai yang tercantum dalam r-tabel).

a. Uji validitas variabel interaktif ketertarikan (X1)

Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	.922	.159	Valid
X1.2	.900	.159	Valid
X1.3	.853	.159	Valid
X1.4	.864	.159	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel interaktif ketertarikan diketahui bahwa semua item pertanyaan rhitung > rtabel (0,1599), sehingga ke 4 item pertanyaan dalam variabel interaktif ketertarikan dinyatakan valid.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.807**	.744**	.695**	.922**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X1.2	Pearson Correlation	.807**	1	.668**	.704**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X1.3	Pearson Correlation	.744**	.668**	1	.645**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X1.4	Pearson Correlation	.695**	.704**	.645**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.922**	.900**	.853**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107

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

Gambar 5. 6 Hasil Uji Validitas variabel X1 yang diolah SPSS 17

b. Uji validitas variabel informatif (X2)

Tabel 5. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	.931	.159	Valid
X2.2	.913	.159	Valid
X2.3	.899	.159	Valid
X2.4	.898	.159	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel informatif diketahui bahwa semua item pertanyaan r hitung > rtabel (0,1599), sehingga ke 4 item pertanyaan dalam variabel informatif dinyatakan valid.

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2_TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.804**	.806**	.786**	.931**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X2.2	Pearson Correlation	.804**	1	.766**	.744**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X2.3	Pearson Correlation	.806**	.766**	1	.727**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X2.4	Pearson Correlation	.786**	.744**	.727**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.931**	.913**	.899**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107

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

Gambar 5. 7 Hasil Uji Validitas variabel X2 yang diolah SPSS 17

c. Uji validitas variabel kualitas (X3)

Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X3

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	.936	.159	Valid
X3.2	.645	.159	Valid
X3.3	.804	.159	Valid
X3.4	.813	.159	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel kualitas diketahui bahwa semua item pertanyaan r hitung > r tabel (0,1599), sehingga ke 4 item pertanyaan dalam variabel kualitas dinyatakan valid.

Correlations

		X3..1	X3.2	X3.3	X3.4	X3_TOTAL
X3..1	Pearson Correlation	1	.822**	.645**	.695**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X3.2	Pearson Correlation	.822**	1	.542**	.496**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X3.3	Pearson Correlation	.645**	.542**	1	.579**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107
X3.4	Pearson Correlation	.695**	.496**	.579**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.936**	.845**	.804**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107

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

Gambar 5. 8 Hasil Uji Validitas variabel X3 yang diolah SPSS 17

d. Uji validitas variabel minat konsumen (Y)

Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	.964	.159	Valid
Y.2	.895	.159	Valid
Y.3	.873	.159	Valid
Y.4	.964	.159	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel minat konsumen diketahui bahwa semua item pertanyaan rhitung > rtabel (0,1599), sehingga ke 4 item pertanyaan dalam variabel Minat konsumen dalam penyewaan bus dinyatakan valid.

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y_TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.795**	.770**	1.000**	.964**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
Y.2	Pearson Correlation	.795**	1	.698**	.795**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
Y.3	Pearson Correlation	.770**	.698**	1	.770**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107
Y.4	Pearson Correlation	1.000**	.795**	.770**	1	.964**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.964**	.895**	.873**	.964**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107

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

Gambar 5. 9 Hasil Uji Validitas variabel Y yang diolah SPSS 17

5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada kestabilan atau konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha melebihi 0,60, maka kuesioner dianggap memiliki reliabilitas, sedangkan jika nilai koefisien Cronbach's Alpha kurang dari 0,60, maka kuesioner dianggap tidak reliabel.

Tabel 5. 9 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Interaktif Ketertarikan (X1)	0,906	Reliabel
2.	Informatif (X2)	0,930	Reliabel
3.	Kualitas (X3)	0,873	Reliabel
4.	Minat Konsumen dalam Penyewaan bus (Y)	0,942	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dalam penelitian adalah bernilai positif dan cukup reliabel.

Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,60, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Nilai yang tinggi dari Cronbach's Alpha mencerminkan tingkat konsistensi internal yang baik bagi setiap variabel, yang meningkatkan kepercayaan terhadap hasil pengukuran dalam konteks penelitian atau survei yang dilakukan[22].

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[DataSet2]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	107	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[DataSet2]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	107	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[DataSet2]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	107	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[DataSet2]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	107	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	107	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

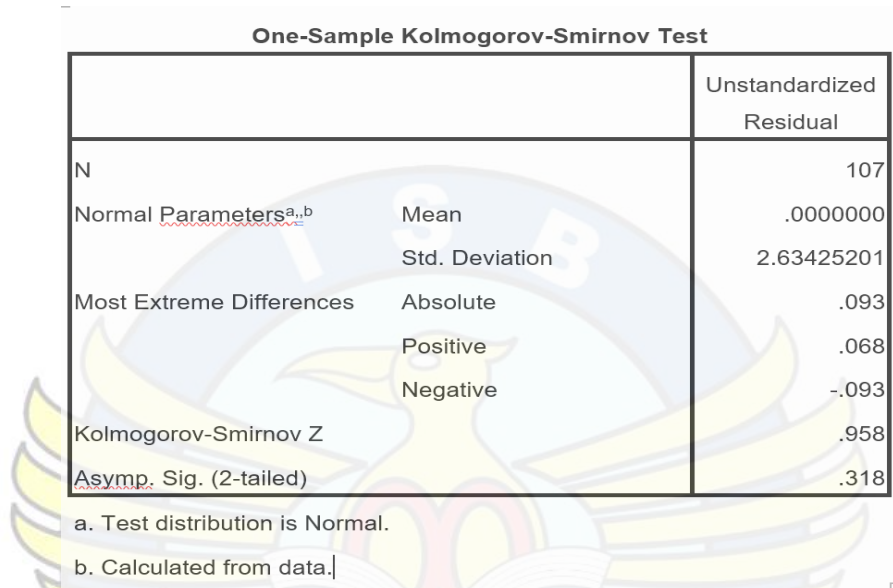
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	4

Gambar 5. 10 Hasil Reliabilitas yang diolah SPSS 17

5.2.3 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan proses statistik yang digunakan untuk menguji apakah sebuah sampel atau distribusi data yang tersebar normal atau tidak. Prosedur uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov test.



		Unstandardized Residual
N		107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63425201
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.068
	Negative	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		.958
Asymp. Sig. (2-tailed)		.318

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Gambar 5. 11 Hasil Uji Normalitas yang diolah SPSS 17

Uji Normalitas kolmogorov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai sig. Sebesar 0,318 pada gambar 5.11 yang artinya lebih besar dari 0,05, maka ketentuan H_0 diterima, yaitu menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

5.2.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.953	1.049
	X2	.981	1.020
	X3	.957	1.045

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5. 12 Hasil Uji Multikolinieritas yang diolah SPSS 17

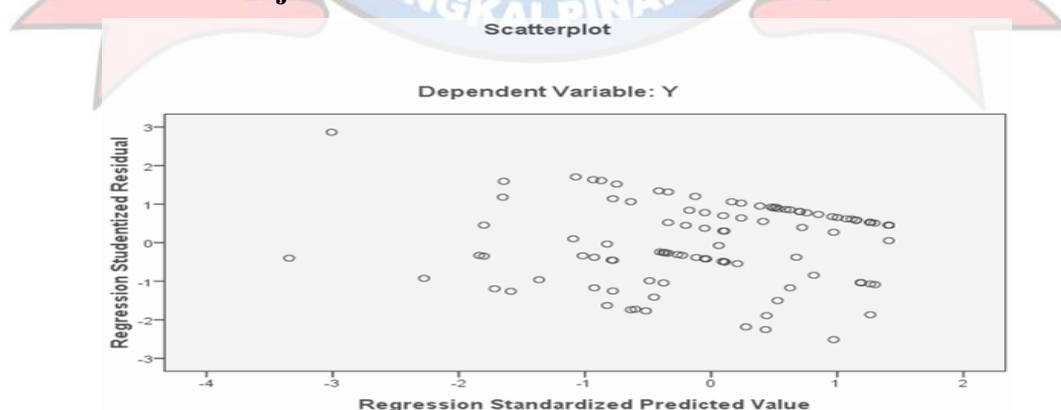
VIF (Variance Inflation Factor)

Jika VIF dibawah atau < 10 dan Tolerance value diatas $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan gambar 5.12 diketahui bahwa:

- Nilai VIF variabel Interaktif Ketertarikan (X1) adalah $1,049 < 10$ dan nilai Tolerance value $0,953 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.
- Nilai VIF variabel Informatif (X2) adalah $1,020 < 10$ dan nilai Tolerance value $0,981 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.
- Nilai VIF variabel Kualitas (X3) adalah $1,045 < 10$ dan nilai Tolerance value $0,957 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

5.2.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 5. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) yang diolah SPSS 17

Pada gambar 5.12, hasil pengujian menunjukkan bahwa scatterplot menyebar secara merata dan tidak menunjukkan pola tertentu, menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa residual memiliki variasi yang homogen atau konstan, yang berarti tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas. Dengan semua asumsi klasik regresi terpenuhi, model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dianggap tepat, memungkinkan interpretasi yang valid dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.351	1.351		3.962	.000
	X1	-.038	.049	-.076	-.776	.440
	X2	-.077	.054	-.139	-1.435	.154
	X3	-.075	.053	-.139	-1.418	.159

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 5. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser) yang diolah SPSS 17

Kriteria pengujian uji Glejser:

- 1) Nilai signifikansi ($>0,05$) maka kesimpulannya tidak terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Nilai signifikansi ($<0,05$) maka kesimpulannya terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Berdasarkan gambar 5.13, diketahui untuk:

- a) Variabel Interaktif Ketertarikan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,440 (nilai ini $> 0,05$). Yang artinya variabel Interaktif Ketertarikan (X1) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b) Variabel Informatif (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,154 (nilai ini $> 0,05$). Yang artinya variabel Informatif (X2) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

- c) Variabel Kualitas (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,159 (nilai ini > 0,05). Yang artinya variabel Kualitas (X3) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5.2.6 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.444 ^a	.197	.174	2.55076

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Gambar 5. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi yang diolah SPSS 17

Besarnya pengaruh Interaktif Ketertarikan (X1), Informatif (X2), Kualitas (X3) terhadap minat konsumen (Y) dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebagai berikut:

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,174 maka berkesimpulan bahwa sumbangan pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen secara simultan (bersama-sama) sebesar 17,4%

Artinya variabel Interaktif Ketertarikan (X1), Informatif(X2), Kualitas(X3) memberikan dampak/pengaruh sebesar 17,4 % terhadap minat konsumen (Y). Sedangkan sisanya sebesar 82,6 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi ini.

5.2.7 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164.499	3	54.833	8.428	.000 ^a
	Residual	670.156	103	6.506		
	Total	834.654	106			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Gambar 5. 16 Hasil Uji F yang diolah SPSS 17

Model regresi dinyatakan FIT jika nilai Sig. ($<0,05$).

Diketahui nilai sig. Sebesar 0,000 ($<0,05$) maka berkesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen.

Hasil uji F menggunakan Ftabel dengan probabilitas 0,05 ditentukan dengan rumus $df1 = k - 1$ dan $df2 = n - k$, di mana "k" adalah jumlah variabel bebas dan terikat, serta "n" adalah jumlah sampel yang digunakan dalam regresi. ($df1 = 4 - 1 = 3$), ($df2 = 107 - 4 = 103$). Sehingga Ftabel dalam penelitian ini adalah 2,69.

Berdasarkan gambar di atas, nilai f hitung adalah 8,428 dengan signifikansi 0,000, dan nilai f tabel adalah 2,69. Karena nilai f hitung 8,428 lebih besar dari f tabel 2,69 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 diterima. Kesimpulannya adalah variabel interaktif ketertarikan, informatif, dan kualitas video konten melalui Instagram secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus di New Bintang Trans.

5.2.8 Uji T (Uji Hipotesis)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.047	2.547		2.766	.007
	X1	.406	.093	.394	4.362	.000
	X2	.046	.102	.040	.451	.653
	X3	.139	.100	.126	1.399	.165

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5. 17 Hasil Uji T yang diolah SPSS 17

Jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 berkesimpulan ada pengaruh secara signifikan, jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05 berkesimpulan tidak ada dampak/pengaruh secara signifikan dan jika nilai Sig. tepat diangka 0,05 maka guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen bisa menggunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel.

- a) Nilai Sig. Variabel X1 sebesar 0,000 ($<0,05$) maka berkesimpulan Variabel X1 signifikan terhadap variabel Y.
- b) Nilai Sig. Variabel X2 sebesar 0,653 ($>0,05$) maka berkesimpulan variabel X2 tidak signifikan terhadap variabel Y.
- c) Nilai Sig. Variabel X3 sebesar 0,165 ($>0,05$) maka berkesimpulan variabel X3 tidak signifikan terhadap variabel Y.

5.2.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan analisis yang digunakan demi menentukan apakah ada pengaruh dari variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Analisis regresi linear berganda merupakan perluasan dari analisis regresi linear sederhana yang melibatkan lebih dari satu variabel independen (X). Metode ini digunakan untuk mengevaluasi

pengaruh sejumlah variabel independen X1, X2, X3 terhadap variabel dependen Y berdasarkan nilai-nilai dari variabel independen tersebut.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.047	2.547		2.766	.007
	X1	.406	.093	.394	4.362	.000
	X2	.046	.102	.040	.451	.653
	X3	.139	.100	.126	1.399	.165

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda yang diolah SPSS 17

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$\mathbf{7,047 + 0,406X1 + 0,046X2 + 0,139X3}$$

- a) Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 7,047 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 7,047.
- b) Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif (+) sebesar 0,406 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat maka Variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- c) Nilai koefisien regresi variabel X2 bernilai positif (+) sebesar 0,046 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
- d) Nilai koefisien regresi variabel X3 bernilai positif (+) sebesar 0,139 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X3 meningkat maka variabel Y juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Koefisien ini memiliki nilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel X (video konten melalui instagram) dengan sub variabel X1 (Interaktif Ketertarikan), X2 (Informatif), X3 (Kualitas) dengan minat konsumen dalam penyewaan bus (Y). Artinya, peningkatan dalam

video konten melalui instagram berkorelasi positif dengan peningkatan minat konsumen dalam menyewa bus.

5.3 Pembahasan

5.3.1 Pengaruh Interaktif Ketertarikan Video Konten Melalui Instagram (X1) terhadap Minat konsumen dalam penyewaan bus

Berdasarkan hasil penelitian regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi untuk variabel Interaktif Ketertarikan Video Konten Melalui Instagram sebesar 0,406. Hal ini menunjukkan bahwa jika interaktif ketertarikan video konten melalui Instagram meningkat sebesar 1%, maka minat konsumen dalam penyewaan bus akan meningkat sebesar 0,406 atau 40,6%. Dengan kata lain, koefisien regresi yang positif untuk variabel interaktif ketertarikan video konten melalui Instagram menunjukkan bahwa semakin baik interaktif ketertarikan video konten melalui Instagram yang disajikan oleh New Bintang Trans, semakin tinggi minat konsumen dalam menyewa bus.

Berdasarkan hasil analisis uji T diperoleh nilai $t_{hitung} 4,362 > t_{tabel} 1,983$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Ini berarti nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa variabel interaktif ketertarikan video konten melalui Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dengan demikian, hipotesis penelitian H1 diterima dan H0 ditolak.

Interaktif ketertarikan adalah kemampuan media untuk memungkinkan interaksi, yang mencerminkan adanya komunikasi yang informatif. Ini mencakup pengukuran tingkat interaktivitas (seperti jumlah like, komentar, dan share). Interaktif ketertarikan merupakan faktor yang paling penting dalam menarik minat konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil uji T dalam penelitian ini yang menunjukkan nilai $t_{hitung} 4,362 > t_{tabel} 1,983$ yang berarti interaktif ketertarikan video konten sangat berpengaruh terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus.

5.3.2 Pengaruh Informatif video konten melalui Instagram (X2) terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus

Berdasarkan hasil penelitian regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi untuk variabel Informatif Video Konten Melalui Instagram sebesar 0,046. Hal ini menunjukkan bahwa jika informatif video konten melalui Instagram meningkat sebesar 1%, maka minat konsumen dalam penyewaan bus akan meningkat sebesar 0,046 atau 4,6 %. Dengan kata lain, koefisien regresi yang positif untuk variabel informatif video konten melalui Instagram menunjukkan bahwa semakin informatif video konten melalui Instagram yang disajikan oleh New Bintang Trans, semakin tinggi minat konsumen dalam menyewa bus.

Berdasarkan hasil analisis uji T diperoleh nilai t -hitung $0,451 < t$ -tabel $1,983$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,653$. Ini berarti nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi $0,05$, menunjukkan bahwa variabel informatif video konten melalui Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dengan demikian, hipotesis penelitian H_2 ditolak dan H_0 diterima.

Informatif adalah pesan yang disampaikan harus mampu menarik minat konsumen yang ditargetkan karena hanya pesan yang menarik perhatian yang akan memikat perhatian konsumen. Informatif merupakan faktor yang tidak signifikan dalam menarik minat konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil uji T dalam penelitian ini yang menunjukkan nilai t -hitung $0,451 > t$ -tabel $1,983$ yang berarti informatif video konten tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus.

5.3.3 Pengaruh Kualitas video konten melalui Instagram (X3) terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus

Berdasarkan hasil penelitian regresi linear berganda, diperoleh koefisien regresi untuk variabel Kualitas Video Konten Melalui Instagram sebesar $0,139$. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas video konten

melalui Instagram meningkat sebesar 1%, maka minat konsumen dalam penyewaan bus akan meningkat sebesar 0,139 atau 13,9%. Dengan kata lain, koefisien regresi yang positif untuk variabel kualitas video konten melalui Instagram menunjukkan bahwa semakin baik kualitas video konten melalui Instagram yang disajikan oleh New Bintang Trans, semakin tinggi minat konsumen dalam menyewa bus.

Berdasarkan hasil analisis uji T diperoleh nilai t -hitung $1,399 < t$ -tabel $1,983$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,165$. Ini berarti nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi $0,05$, menunjukkan bahwa variabel kualitas video konten melalui Instagram tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dengan demikian, hipotesis penelitian H3 ditolak dan H0 diterima.

Kepuasan konsumen terhadap kualitas video di Instagram dapat dimaknai sebagai perbandingan antara bagaimana seseorang melihat layanan yang mereka terima dengan ekspektasi atau harapan mereka, karena video tersebut mengandung informasi dan gambaran mengenai layanan yang disediakan untuk konsumen. Dengan demikian, konsumen bisa merasa puas. Kualitas merupakan faktor yang tidak signifikan dalam menarik minat konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil uji T dalam penelitian ini yang menunjukkan nilai t -hitung $1,399 > t$ -tabel $1,983$ yang berarti kualitas video konten tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus.

5.3.4 Pengaruh Interaktif Ketertarikan (X1), Informatif (X2), Kualitas (X3) video konten melalui Instagram terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus (Y)

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan di atas, ditemukan bahwa variabel-variabel independen seperti interaktif ketertarikan, informatif, dan kualitas video konten melalui Instagram secara simultan mempengaruhi minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dari hasil uji F, diperoleh bahwa nilai f -hitung sebesar $8,428 > f$ -tabel yang sebesar $2,69$ dengan nilai signifikansi $0,000$ pada tingkat signifikansi $0,05$. Oleh

karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat dan menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya, interaktif ketertarikan, informatif, dan kualitas video konten melalui Instagram secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans.

Berdasarkan hasil analisis uji t, diperoleh nilai thitung sebesar 4,362 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1,983, dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel interaktif ketertarikan video konten melalui Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima (H_1) dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel informatif video konten melalui Instagram, diperoleh nilai thitung sebesar 0,451 yang lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,983, dengan nilai probabilitas sebesar 0,653 yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti H_2 ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel informatif video konten melalui Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dengan demikian, hipotesis penelitian H_2 ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.

Berdasarkan hasil analisis uji t untuk variabel kualitas video konten melalui Instagram, diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,399 yang lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,983, dengan nilai probabilitas sebesar 0,165 yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa H_3 ditolak, yang berarti variabel kualitas video konten melalui Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans. Dengan demikian, hipotesis penelitian H_3 ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.

Dari data tersebut dapat disimpulkan jika variabel interaktif ketertarikan video konten melalui Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New

Bintang Trans, sementara variabel informatif dan kualitas video konten melalui Instagram tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans.

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa nilai Adjusted R square sebesar 0,174. Artinya, variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 17,4 %. Ini menunjukkan bahwa variabel independen seperti interaktif ketertarikan, informatif, dan kualitas video konten melalui Instagram mempengaruhi minat konsumen dalam penyewaan bus pada New Bintang Trans sebesar 17,4 %. Sementara itu, sisanya, yaitu 82,6 %, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Ronaldo Rachman Jonni dan Puji Hariyanti (2021), yang juga mendapati bahwa konten Instagram berpengaruh terhadap minat beli.

Teori Hierarchy of effects menyatakan bahwa harapan dan persepsi terhadap media dapat mempengaruhi individu/pribadi dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan media massa. Membuka akun Instagram memiliki berbagai efek bagi calon konsumen dan pengguna lainnya, salah satunya adalah peningkatan minat beli. Mayoritas konsumen setuju bahwa konten foto atau video yang mereka lihat di platform tersebut dapat meningkatkan minat mereka untuk membeli barang yang ditampilkan dalam konten tersebut[6]. Dalam konteks ini, yang dimiliki oleh Instagram New Bintang Trans seperti konten video, interaktif ketertarikan video, informatif video, kualitas video, memiliki identitas yang khas yang dapat memengaruhi hasil dari video konten yang diposting, yaitu menarik minat konsumen terhadap Instagram New Bintang Trans karena tingkat interaktif ketertarikan video kontennya yang unggul. Selain itu, keberadaan informasi yang berkualitas dan lengkap di Instagram New Bintang Trans dianggap sebagai faktor yang membantu bagi pengguna Instagram yang berminat untuk menyewa bus pariwisata. Kemudian kualitas video konten yang disajikan Instagram New Bintang Trans dianggap cukup baik bagi pengguna instagram.

5.3.1 Hasil wawancara

Hasil wawancara peneliti dengan owner atau pemilik New Bintang Trans di Sungailiat, bapak ferry gunawan mengatakan bahwa New Bintang Trans merupakan salah satu bisnis UMKM yang menyediakan layanan bus travel pariwisata dalam kota maupun luar kota, yang terletak di Sungailiat Kabupaten Bangka. New Bintang Trans ini memiliki sejarah yang cukup panjang dan menarik. Bapak Ferry Gunawan yang mendirikan dan mengembangkan New Bintang Trans tersebut.

Sebelumnya New Bintang Trans ini bergerak dibidang jual beli tiket kapal ferry (untuk penyebrangan) pada tahun 2011 bisnis ini masih beroperasi dan saat itu di kota Sungailiat, Bangka (sebelah Bank BCA cabang Sungailiat). New Bintang Trans seiring berjalannya waktu mulai mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan juga layanan bus pariwisata yang mulai beroperasi sekitar tahun 2013 guna lebih mempromosikan usahanya dengan meningkatkan kapasitas pelayanan kepada konsumen. Kemudian sampai pada saat tahun 2020 yang mana kita tahu pada tahun tersebut sedang dilanda COVID-19, mulai dari tahun 2020 ini bisnis New Bintang Trans semakin menurun karena bisnis pariwisata yang drop atau sepi, orang-orang tidak bisa sembarangan berkeliaran dan berinteraksi secara bebas semuanya seperti isolasi diri dan mementingkan kesehatan dan kebersihan diri karena takut akan tertularnya virus covid-19 tersebut.

New Bintang Trans saat ini memiliki 10 unit medium bus dan 1 unit mobil Hi Ace yang tersedia untuk operasional bisnis travel pariwisata. Pada tahun 2021, New Bintang Trans menambah armada mereka dari yang hanya 2 unit bus hingga menjadi seperti sekarang yang memiliki total 10 unit medium bus dengan desain gambar dan body yang terbaru dan belum banyak tersedia di Bangka Belitung karena juga seiring dengan pertumbuhan industri pariwisata dan permintaan penyewaan bus travel dengan tour dalam kota maupun luar kota bahkan bisa antar pulau. Sejak penambahan unit bus dengan inovasi baru, New Bintang Trans telah lebih

di kenal atau tingkat pengetahuan orang-orang pada New Bintang Trans semakin meningkat dan luas. New Bintang Trans merupakan bisnis travel bus pariwisata yang didirikan dan dikembangkan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan menjadi tour dan tempat penyewaan bus yang aman, nyaman, dan berkualitas bagi para konsumen. New Bintang Trans sangat memperhatikan kenyamanan yang akan diterima oleh penyewa bus dan tour mereka atau konsumen mereka.

Fasilitas dan layanan yang umumnya ditawarkan oleh New Bintang Trans cukup memadai dan berkualitas:

Fasilitas Bus:

- a) Kursi Nyaman: Kursi yang empuk dan bisa direbahkan, memberikan kenyamanan selama perjalanan panjang.
- b) AC: Sistem pendingin udara yang memastikan kenyamanan penumpang sepanjang perjalanan.
- c) Audio-Visual: Hiburan dalam bentuk sistem audio dan video, termasuk layar TV untuk menonton film atau acara dan karaoke musik selama perjalanan.
- d) Bagasi Luas: Ruang bagasi yang luas untuk menampung barang bawaan penumpang.

Layanan:

- a) Paket Wisata: Layanan paket wisata yang mencakup perjalanan ke berbagai destinasi pariwisata, baik domestik maupun internasional.
- b) Sewa Bus: Layanan penyewaan bus untuk berbagai keperluan seperti wisata, acara keluarga, outing perusahaan, study tour, ziarah dan lain-lain.
- c) Tur Kelompok: Penawaran khusus untuk kelompok besar seperti sekolah, komunitas, atau perusahaan yang ingin melakukan perjalanan bersama.
- d) Pengemudi Profesional: Pengemudi yang berpengalaman dan terlatih, menjamin keselamatan dan kenyamanan perjalanan.

- e) Customer Service 24/7: Layanan pelanggan yang siap membantu dan memberikan informasi kapan saja.
- f) Layanan Penjemputan: Penjemputan dari titik yang telah disepakati ke destinasi tujuan.
- g) Asuransi Perjalanan: Layanan asuransi perjalanan untuk memberikan perlindungan ekstra selama perjalanan.
- h) Pemandu Wisata: Pemandu wisata yang berpengalaman untuk memberikan informasi dan pengalaman lebih dalam tentang destinasi yang dikunjungi.
- i) Rencana Perjalanan Fleksibel: Penyesuaian rencana perjalanan sesuai kebutuhan dan permintaan pelanggan.

Namun, bapak Ferry Gunawan juga mengungkapkan bahwa terdapat berbagai kendala dalam pengembangan bisnis travel New Bintang Trans ini, antara lain:

- a) Persaingan: persaingan dengan bisnis travel serupa di Sungailiat yang ketat dan saling berlomba – lomba.
- b) Musim Wisata: Bisnis pariwisata cenderung bersifat musiman. Permintaan bisa meningkat pesat pada waktu-waktu tertentu dalam setahun, seperti pertengahan tahun, akhir tahun, dan selama acara besar seperti perayaan adat atau hari raya. Sebaliknya, permintaan menurun pada waktu-waktu lain, seperti saat bulan puasa. Kondisi ini menyebabkan fluktuasi pendapatan yang signifikan.
- c) Kendala logistik: Pengelolaan armada bus membutuhkan perhatian khusus terhadap perawatan dan perbaikan kendaraan bus. Di kota Sungailiat, ketersediaan suku cadang dan bengkel yang kompeten terbatas, sehingga jika kendaraan bus mengalami masalah bapak ferry sendiri harus memperbaikinya secara mandiri dibengkelnya sendiri dan jika alat untuk memperbaikinya tidak tersedia di Kabupaten Bangka maka alternatif nya harus mengorder atau memesan alat tersebut dari luar kota, lalu jika memang tidak memungkinkan untuk diperbaiki sendiri oleh bapak ferry maka bus

yang mengalami kendala harus diperbaiki di bengkel luar kota yang kompeten dan memadai yang tentunya biayanya cukup besar. Kemudian jika kendaraan busnya bermasalah saat sedang dalam perjalanan jauh ke luar kota, bapak ferry harus berangkat menyusul bus tersebut ke luar kota untuk memperbaikinya yang tentunya itu memakan waktu dan biaya tambahan yang cukup besar juga. Sehingga sangat diharapkan adanya suku cadang dan bengkel yang kompeten tersedia di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ini.

5.4 Luaran Penelitian

Dokumen Pendukung:

1. Publish di Jurnal JEK (Jurnal Ekonomi dan Keuangan) → (Sinta 4)

