

**HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN
INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI
KERETA API BISNIS FAJAR UTAMA
DI WILAYAH SEMARANG**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana
(SI) Pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang**



Disusun Oleh :

UMMY KALSUM AZZAHARA

07.203.0502

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2008**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

IIUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN

INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI

KERETA API BISNIS FAJAR UTAMA

DI WILAYAH SEMARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

UMMY KALSUM AZZAHARA

07.203.0502

Telah Disetujui Untuk Diuji Dan Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Guna Memenuhi Sebagian Dari Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing Utama



Drs. H. Amrizal Rustam, SU

Tanggal

25 Maret 2008

Pembimbing Pendamping



Laily Rahmah, S.Psi, M.Psi.

25 Maret 2008



Semarang, 27 Maret 2008

Mengetahui:



Drs. H. Amrizal Rustam, SU
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN
INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI
KERETA API BISNIS FAJAR UTAMA
DI WILAYAH SEMARANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

UMMY KALSUM AZZAHARA
07.203.0502

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 27 Maret 2008

Dewan Penguji

1. Drs. H. Amrizal Rustam, SU
2. Abdurrohman, S.Psi, M.Si
3. Falasifatul Falah, S.Psi, MA

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 7 April 2008
Mengetahui:



Drs. H. Amrizal Rustam, SU
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Kupersembahkan karya sederhana ini kepada

- *Allah SWT An Nuar Yang Maha bercahaya atas ijin dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.*
- *Nabi Muhammad SAW, yang telah menabur Ihsan, Iman, dan Islam kepada Umatnya.*
- *Mama dan Papa yang senantiasa tulus berdoa untuk keberhasilanku.*
- *Saudara Kembarku yang selalu memberikan dukungan.*
- *Serta Almamaterku Universitas Islam Sultan Agung.*

MOTTO

"Ya Allah, mudahkanlah perjalanan kami ini dan dekatkanlah kejauhannya. Ya Allah, Engkau adalah teman bepergian dan pelindung keluarga."

(Arti Doa bepergian)

"Maha suci Allah, Tuhan yang telah menundukkan kendaraan ini bagi kami, sedangkan kami tidak kuasa menundukkannya, dan kepada Allah kami kembali."

(Arti Doa naik kendaraan darat)

"Katakanlah (Muhammad) kepada hamba-hamba-Ku yang telah beriman. Hendaklah mereka melaksanakan shalat, menginfakkan sebagian rezeki yang kami berikan secara sembunyi atau terang-terangan sebelum datang hari, ketika tidak ada lagi jual-beli dan persahabatan"

(Arti QS Ibrahim 14: 31)

"Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual-beli dari mengingat Allah, melaksanakan shalat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi gunung (hari kiamat)"

(Arti QS. An-Nur 24: 37)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirraahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT Atas rahmat dan anugerah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi dapat penulis selesaikan. Shalawat serta salam teruntuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menabur Ihsan, Iman, dan Islam kepada umatnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak baik moril maupun materil. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H. Amrizal Rustam, SU, Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, memberikan pengarahan, petunjuk dan saran-saran yang sangat berharga dari awal hingga akhir terselesainya skripsi ini.
2. Ibu Laily Rahmah, S.psi, M.Psi, Psi Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan selama proses pembuatan skripsi.

3. Bapak Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si, Wali Dosen yang telah memberikan petunjuk dan dorongan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Wakil Dekan I, II, dan III, Dosen-dosen, serta Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terima kasih atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. KASI SDM dan Umum KADAOP IV Semarang Dr. Rahadi Sulisty, terima kasih atas pemberian izin penelitian.
6. Bapak Amin dan Bapak Rahadi Suprpto, yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian di Stasiun Besar Semarang Tawang.
7. Penumpang Kereta Api Bisnis Fajar Utama Jurusan Semarang Tawang – Pasar Senen Jakarta yang telah bersedia menjadi subyek penelitian, terima kasih telah membantu jalannya penelitian.
8. Mama dan Papa yang telah memberikan do'a dan kasih sayang yang tiada henti serta dukungan secara moril maupun materil yang tidak terbatas kepada penulis.
9. Bunda Yulikhah dan Ayah Azis yang telah memberikan do'a, serta motivasi saat penulis merasa jenuh.
10. Saudara Kembarku Thohir terima kasih atas semangat, do'a, keceriaan dan inspirasi dalam penyusunan skripsi ini.
11. Mas Bagoes terima kasih atas do'a dan kesabaran selama iri yang selalu menemani, membantu dan motivasi dalam setiap langkah penulis dalam proses pembuatan skripsi.

12. Mbah Kyai Djumadi Sarkun, Bp. Kyai Zumri, Mas Bowo, Mas Sawaludin, terimakasih atas do'a, saran-saran terbaiknya selama proses pembuatan skripsi.
13. Sahabat-sahabatku (Annisa, Shinta, Binta, Hugi, Penny). Terimakasih atas kasih sayang, perhatian yang kalian berikan serta selalu bisa memberikan bantuan kepada penulis.
14. Teman-teman diskusi (Aji, Handrix, Ippah, Nanda, Mbak Fia), terima kasih atas ilmu yang kalian bagikan kepada penulis.
15. Serta berbagai pihak yang turut membantu, namun penulis tidak dapat menyebutkannya satu persatu.

Proses penyelesaian skripsi ini telah dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan sebaik-baiknya, meskipun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan psikologi khususnya psikologi konsumen, psikologi industri dan semua pihak yang memerlukan.

Wassalaamu 'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 27 Maret 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN P E R S E T U J U A N.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	11

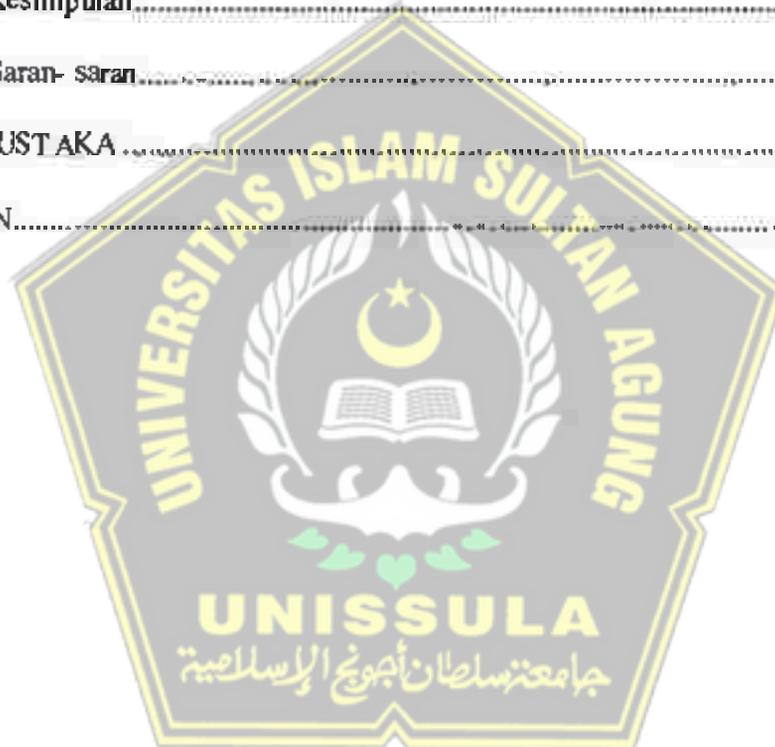
1. Pengertian Intensi.....	11
2. Pengertian Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	12
3. Aspek- aspek yang mempengaruhi Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	13
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	17
B. Kepuasan Konsumen.....	19
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen.....	21
3. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen.....	23
C. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api di Wilayah Semarang.....	26
D. Hipotesis.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
1. Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	31
2. Kepuasan Konsumen.....	31
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33

D. Metode Pengumpulan Data.....	34
1. Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	35
2. Skala Kepuasan Konsumen.....	36
E. Validitas dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur.....	37
1. Sejeksi Aitem.....	37
2. Estimasi Reliabilitas Alat Ukur.....	39
F. Metode Analisis Data.....	40

**BAB IV. PERSIAPAN, PELAKSANAAN DAN ANALISIS DATA,
DAN PEMBAHASAN**

A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian.....	41
1. Orientasi Kacah Penelitian.....	41
2. Persiapan Penelitian.....	44
a. Penyusunan Alat Ukur.....	44
b. Pelaksanaan <i>Try Out</i>	46
c. Uji Daya Beda dan Reliabilitas Alat Ukur.....	47
1) Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....	47
2) Skala Kepuasan Konsumen.....	48
d. Penyusunan Skala Baru Untuk Penelitian.....	49
3. Pelaksanaan Penelitian.....	51
B. Analisis Data Penelitian.....	53
1. Uji Normalitas.....	53

2. Uji Linieritas.....	53
3. Uji Hipotesis.....	54
4. Deskripsi Data.....	54
C. Pembahasan.....	58
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran- saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel1	Data Volume Penumpang Kereta Api Bisnis Stasiun Besar Semarang Tawang.....3
Tabel2	<i>Blue Print</i> Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Sebelum <i>TryOut</i>35
Tabel3	<i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Konsumen Sebelum <i>Try Out</i>36
Tabel 4	Sebaran Nomor Aitem Terpakai dan Tidak Terpakai Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api48
Tabel5	Sebaran Nomor Aitem Terpakai dan Tidak Terpakai Skala Kepuasan Konsumen.....49
Tabel 6	Sebaran Nomor Aitem Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....50
Tabel7	Sebaran Nomor Aitem Skala Kepuasan Konsumen.....50
Tabel 8	Subjek Penelitian.....51
Tabel9	Deskripsi Skor Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....56
Tabel 10	Kategorisasi Skor Subjek Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.....56
Tabel11	Deskripsi Skor Skala Kepuasan Konsumen.....57
Tabel 12	Kategorisasi Skor Subjek Skala Kepuasan Konsumen.....57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
Lampiran A : Skala UjiCoba.....	67
A-1. Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi KeretaApi	
A-2. Skala Kepuasan Konsumen	
Lampiran B : Tabulasi Data Uji coba.....	68
B-1. Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	
B-2. Skala Kepuasan Konsumen	
Lampiran C : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	69
C-1. Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	
C-2. Skala Kepuasan Konsumen	
Lampiran D : Skala Penelitian.....	70
D-1. Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	
D-2. Skala Kepuasan Konsumen	
Lampiran E : Tabulasi Data Penelitian.....	71
Lampiran F : Analisis Data	72
1. Uji Normalitas	
2. Uji Linearitas	
3. Uji Hipotesis	
4. Histogram	
Lampiran G : Surat- surat Penelitian.....	73

**Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan
Intensi Menggunakan Jasa Transportasi
Kereta Api Bisnis Fajar Utama
di Wilayah Semarang**

Oleh:
Ummy Kalsum Azzahara

ABSTRAK

Latar belakang penelitian berdasarkan menurunnya intensi menggunakan jasa transportasi kereta api yang dialami oleh konsumen disebabkan oleh puas tidaknya konsumen terhadap pelayanan jasa yang diterima, karena apabila konsumen puas akan pelayanan jasa sesuai dengan harapannya, maka konsumen cenderung untuk meningkatkan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empirik hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang. Hipotesis yang diajukan adalah hubungan yang positif antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang. Makin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin tinggi pula intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, sebaliknya makin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin rendah intensi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

Hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di uji dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson. Hasil uji hipotesis diperoleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,541$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hasil lain yang diperoleh adalah nilai 0,293 yang berarti sumbangan efektif kepuasan konsumen terhadap intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang sebesar 29,3%. Nilai tersebut memiliki arti bahwa kepuasan konsumen memiliki kontribusi terhadap intensi menggunakan jasa transportasi di wilayah Semarang, sedangkan sisanya 70,7 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kesimpulan penelitian ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api. Hal ini berarti sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa makin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin tinggi pula intensi menggunakan jasa transportasi, sebaliknya makin rendah kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka makin rendah intensi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

Kata kunci: kepuasan konsumen, intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menghadapi era globalisasi, pelaku ekonomi di Indonesia harus lebih meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing agar dapat mempertahankan sektor perekonomian. Perusahaan harus dapat mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan global dan kemajuan perekonomian ini dapat mendorong pertumbuhan sektor industri dan jasa bagi kebutuhan hidup manusia.

Berbagai bisnis jasa banyak di jumpai diantaranya jasa telekomunikasi, pendidikan, finansial, asuransi, hiburan, televisi, binatu, reparasi, kesehatan, dan jasa transportasi. Sektor jasa memainkan peranan yang penting dalam revolusi global di masa mendatang, khususnya sektor jasa transportasi yang mendukung pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa merupakan dampak dari kemajuan hasil pembangunan ekonomi nasional. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan usaha di sektor jasa perhubungan darat di masa mendatang akan lebih tajam sehingga menimbulkan aspek perilaku dan pola pikir dalam masyarakat. Kebutuhan masyarakat secara ekonomi dapat menciptakan peluang pasar bagi dunia usaha, diantaranya bergerak dibidang produksi maupun bidang jasa.

Persaingan jasa transportasi darat yang makin kompetitif membuat konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menentukan jasa transportasi yang akan mereka gunakan, berbagai jasa transportasi darat yang ditawarkan seperti

bis, travel, dan kereta api. Kereta api yang ada seharusnya menjadi bahan pertimbangan bagi semua lapisan masyarakat, mengingat jasa transportasi kereta api ini di lihat dari harganya yang murah. Murahnya harga tiket kereta api ini ternyata tidak meningkatkan minat menggunakan jasa transportasi kereta api bahkan minat menggunakan kereta api akhir-akhir ini mengalami penurunan.

Penurunan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) dapat dilihat dengan dilakukannya penurunan frekuensi operasi kereta api Argo Bromo jurusan Jakarta-Surabaya secara bertahap dari delapan menjadi enam kali dan akhirnya menjadi dua kali saja. Itulah tanda "gerahnya" sarana transportasi andalan darat dalam menghadapi persaingan dengan jasa transportasi lain. Menurut prediksi direktur eksekutif Indonesia *Railway Watch* Taufik Hidayat volume penumpang kereta api tahun ini terpuruk, meskipun begitu beban biaya operasional tetap tinggi. Fenomena ini membuat PT. KAI mengalami kerugian yang makin besar.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), bulan Januari-November 2003 jumlah penumpang kereta api adalah 140,944 juta orang atau turun 13,21 persen dari jangka waktu yang sama pada tahun sebelumnya. Sebaliknya, penumpang angkutan udara mencapai 15,71 juta orang, naik dari tahun 2002 yang berjumlah 12,19 juta orang, pada tahun 2001 penumpang angkutan udara 9,2 juta orang dan tahun 2000 sebanyak 7,6 juta orang (Kompas, 24 April 2004). Data dari BPS tersebut ditegaskan bahwa volume penumpang kereta api bisnis dan eksekutif stasiun besar Semarang Tawang yang diperoleh peneliti dari tahun 2002 sampai tahun 2007 terjadi penurunan tingkat penumpang secara drastis.

Tabel 1



Data volume penumpang kereta api bisnis di stasiun besar Semarang Tawang pada tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2006, periode Januari sampai dengan Juli jumlah penumpang adalah 158.963 orang. Penurunan tahun 2007 pada periode yang sama jumlah penumpang hanya 144.636 orang sehingga terjadi penurunan volume penumpang. Penurunan volume penumpang tersebut mengindikasikan bahwa intensi penumpang menjadi semakin rendah. Kartono (2001, h. 233) menyatakan intensi adalah suatu tujuan atau maksud untuk berbuat sesuatu. Fishbein dan Ajzen (1980, h. 124) berpendapat bahwa hampir setiap perilaku manusia didahului oleh intensinya untuk berperilaku, intensi merupakan keinginan subyektif individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Azwar (1998, h.12) berpendapat bahwa intensi dipandang sebagai salah satu hal yang sangat menentukan apakah individu tersebut akan melakukan suatu perilaku atau tidak. Smet (1994, h. 165) juga mengutarakan bahwa cara terbaik untuk mengetahui apa yang dilakukan seseorang adalah dengan meramalkannya melalui intensi orang tersebut.

Data pada tabel 1 tersebut mengasumsikan bahwa permasalahan intensi konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api di stasiun besar Semarang Tawang mengalami penurunan dan perlu dicari penyebabnya.

Direktur Jenderal perhubungan darat Iskandar Abu Bakar mengatakan bahwa kecelakaan kereta api terus meningkat. Tahun 2000 terjadi 126 kecelakaan, tahun 2001 terjadi 132 kecelakaan, tahun 2002 terjadi 217 atau naik 64 persen (Kompas, 19 Agustus 2003). Terjadinya kecelakaan kereta api ini disebabkan oleh beberapa kondisi rel yang membahayakan perjalanan kereta api, akan tetapi kondisi rel di Jawa Tengah saat ini tidak demikian. Menurut pakar transportasi dari Unika Soegijapranoto Djoko Setijowarno, kondisi jalur utama rel di Jawa Tengah seluruhnya dalam keadaan baik dan layak operasi. Djoko Setijowarno mengatakan bahwa kecelakaan anjloknya kereta api Tawang Jaya di stasiun Suradadi Tegal pada tanggal 7 April 2007 dini hari disebabkan oleh faktor *human error* atau kesalahan manusianya. Kereta yang membawa sekitar 300 orang tersebut anjlok karena terlalu cepat ketika melewati *wessel* untuk masuk ke jalur 3 yang merupakan jalur persimpangan (Suara Merdeka, 9 April 2007).

Peran kereta api sebagai tulang punggung angkutan massal darat yang ditegaskan oleh Departemen Perhubungan dan PT. KAI mulai dipertanyakan oleh banyak pihak. Kualitas pelayanan yang menurun ini dibuktikan oleh banyaknya keluhan penumpang yang terkait dengan keselamatan dan keamanan kereta api, calo tiket, penundaan dan keterlambatan kereta api yang tiba di tujuan, lokomotif mogok, pencurian di dalam kereta api, mesin penyejuk udara yang rusak, sampai penumpang berdiri di kereta api.

Perkeretaapian Republik ini merupakan institusi yang sangat tua yang makin hari mengalami kemunduran yang luar biasa. Permasalahan ini dihadapi karena kemunduran dalam pengelolaannya. Kemunduran ini meliputi kondisi jalur kereta api yang buruk, armada lokomotif sudah tua, tingkat kerusakan sarana dan prasarana tinggi, operasi kereta api lambat dan tidak andal, selain itu juga trafik, pelayanan seadanya, standar keselamatan jauh di bawah normal, dan posisi finansial mengalami penurunan. Semua ini diperparah lagi oleh birokrasi yang terkotak-kotak, pengambilan keputusan masih terkonsistensi direksi, serta budaya manajemen yang resisten terhadap perubahan (Kompas, 24 April 2004).

Rendahnya kepercayaan publik terhadap perkeretaapian mengakibatkan penurunan volume penumpang kereta api yang merupakan indikasi kualitas pelayanan kereta api, baik kenyamanan, ketepatan waktu, kemudahan, keandalan, dan tingkat keselamatan. Meskipun demikian sebagian besar masyarakat menganggap perkeretaapian mutlak dibutuhkan dan secara ekonomis perkeretaapian merupakan hak dasar yang sama pentingnya dengan pendidikan atau kesehatan (Kompas, 24 April 2004).

Iklim persaingan di sektor industri jasa yang makin hiperkompetitif membuat para pelaku bisnis berupaya meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menarik dan meretensi konsumen. Mengingat banyaknya fenomena kecelakaan kereta api, PT. KAI (persero) pada tahun ini menargetkan untuk menihilkan tingkat kecelakaan kereta dan meningkatkan jaminan keselamatan penumpang. Hal ini menyebabkan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana diperbesar hingga Rp 27 Miliar. Direktur utama PT. KAI, Ronny Wahyudi mengatakan

bahwa tahun 2007 PT. KAI mencanangkan sebagai tahun keselamatan, oleh karena itu dalam rencana kerja semester pertamanya anggaran biaya sarana dan prasarana kereta api akan diperbesar untuk meningkatkan keselamatan penumpang, serta meminimalkan kecelakaan kereta. Komisaris dan seluruh direksi berupaya menekankan kecelakaan dan berharap *zero accident*. Peningkatan keselamatan itu dilakukan untuk memperbaiki sarana, seperti kereta, juga prasarana seperti rel dan persinyalan. Dana yang dibutuhkan untuk memperbaiki sarana transportasi ini lebih besar dari tahun lalu, bahkan keuntungan diperkecil, karena dananya dialihkan untuk perbaikan sarana dan prasarana. Upaya lainnya adalah dengan melakukan audit kelayakan kereta dan lokomotif yang telah dilakukan sejak awal tahun, diantaranya dengan membesutakan kereta yang sudah berusia lebih dari 40 tahun. Hasil sementara menunjukkan sekitar 53 kereta dari 193 kereta yang diaudit kelayakan jalannya di Bali Yasa, dinyatakan tidak dapat digunakan lagi (Kompas, 30 Maret 2007).

Pelaku bisnis di sektor jasa transportasi menerapkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan yang makin hiperkompetitif. Konsumen dihadapkan oleh beraneka ragam pilihan jasa transportasi dengan berbagai pilihan fasilitas yang bersaing. Konsumen biasanya menyeleksi penawaran mana yang dapat memberikan nilai tertinggi. Konsumen selalu ingin mendapatkan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan berdasarkan persepsinya terhadap kualitas pelayanan.

Perusahaan yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang memenuhi standar mempunyai nilai tambah bagi konsumen. Melalui peningkatan kualitas

pelayanan ini, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional terhadap evaluasi dari kinerja yang dibeli. Kepuasan konsumen merupakan bentuk evaluasi, hal ini menunjuk bahwa kepuasan baru dapat dirasakan setelah konsumen melihat dan merasakan kinerja suatu produk atau jasa, dengan kata lain konsumen telah memiliki pengalaman dengan jasa tersebut (Cravens, 1999, h.180). Kotler (2000, h. 52) mengatakan bahwa jika kinerja sesuai harapan, maka konsumen puas, jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kalau kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas, senang atau gembira.

Wilkie (Tjiptono, 2002, h.102) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional sebagai evaluasi terhadap pengalaman, konsumsi suatu produk atau jasa, menurut Wilkie emosi konsumen sangat berperan penting dalam terciptanya kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen diyakini berkaitan erat dengan peningkatan penghasilan (*revenue*) perusahaan. Konsumen yang tidak puas, cenderung akan meninggalkan perusahaan sehingga menjadi bagian dari pihak pesaing. Makin banyak konsumen yang meninggalkan perusahaan mengakibatkan laba perusahaan makin menurun, karena laba perusahaan berasal dari penjualan. Perusahaan harus dapat mengetahui faktor penyebabnya dan segera dilakukan perbaikan.

Konsumen akan sangat puas kalau apa yang dialami lebih baik dari yang diharapkan, dan akan kecewa apabila terjadi hal yang sebaliknya, Tanpa adanya

tindakan untuk perbaikan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen menjadi tidak bermanfaat. Rust, Zahorik dan Keinigham (1995, h.215) dari hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan mempunyai dampak yang dapat diukur terhadap intensi konsumen (*customer intention*) besarnya pangsa pasar, dan tingkat keuntungan perusahaan. Melalui peningkatan kualitas pelayanan ini dapat menghasilkan persepsi kepuasan serta mengurangi biaya. Meningkatnya kepuasan juga dapat meningkatkan retensi konsumen dan promosi positif cerita dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*). Hal ini mengasumsikan bahwa kepuasan konsumen dapat berpengaruh terhadap intensi konsumen dalam menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Penelitian sejenis yang terkait dengan variabel-variabel penelitian ini sudah pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penelitian Robert Hodder (2006, h.12) yang berjudul "*Beyond living behind the geraniums : enhancing mobility to create livable communities for succesful aging*" ini menjelaskan bahwa untuk meningkatkan mobilitas pada komunitas menengah ke atas sebagian besar masyarakat, khususnya di New York, US, lebih berintensi untuk menggunakan jasa *railway* (kereta api atau bis) dibandingkan dengan alat transportasi lainnya yang meliputi bersepeda, berjalan, atau mengendarai mobil pribadi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara kepuasan yang dirasakan individu pada saat berpergian dengan menggunakan jasa transportasi kereta api atau bus transit. Penelitian di atas hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, perbedaannya

penelitian di atas menjelaskan tentang mobilitas pada komunitas menengah ke atas sebagian besar masyarakat di New York, US lebih berintensi menggunakan jasa *railway* (kereta api atau bus) dibandingkan dengan alat transportasi lain, dan individu merasa puas dengan menggunakan jasa transportasi kereta api atau bus transit di New York, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian tentang kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama di wilayah Semarang.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama di wilayah Semarang.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama di wilayah Semarang.

2. a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan khasanah ilmu pengetahuan psikologi, terutama psikologi industri dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, intensi pada pengguna jasa

transportasi kereta api, serta dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi kepada pihak-pihak yang terkait yakni PT.KAI, Dinas Perhubungan, dalam upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pada aspek-aspek kepuasan konsumen yang sudah baik dan mana yang masih ditingkatkan, sehingga dapat meningkatkan volume penumpang untuk menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

1. Pengertian Intensi

Intensi berasal dari kata "*intention*" yang berarti: tujuan (Shadily, dkk, 1989, h.326). Chaplin (2001, h.254) memperjelas definisi mengenai Intensi sebagai maksud, pamrih, tujuan, suatu perjuangan guna mencapai suatu tujuan. Pendapat tersebut diperjelas oleh Kartono (2001, h.233) yang menyatakan intensi adalah suatu tujuan atau maksud untuk berbuat sesuatu. Pendapat dari tokoh tersebut di atas menunjukkan bahwa intensi adalah upaya individu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Fishbein dan Ajzen (1980, h.124) berpendapat bahwa hampir setiap perilaku manusia didahului oleh intensinya untuk berperilaku, dimana intensi merupakan keinginan subyektif individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Azwar (1998, h.12) berpendapat bahwa intensi dipandang sebagai salah satu hal yang sangat menentukan apakah individu tersebut akan melakukan suatu perilaku atau tidak. Pendapat tersebut tidak jauh berbeda dari Smet (1994, h.165) yang mengutarakan bahwa cara terbaik untuk mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang adalah dengan meramalkannya melalui intensi orang tersebut.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa intensi adalah keinginan subyektif individu yang meliputi maksud, niat, perjuangan guna mencapai suatu tujuan tertentu, dimana intensi merupakan prediktor atau cara terbaik untuk meramalkan apa yang dilakukan seseorang.

2. Pengertian Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Jasa merupakan setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada konsumen dalam bentuk sesuatu yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 1995, h.186). Menggunakan jasa transportasi kereta api merupakan suatu tindakan yang memanfaatkan atau keterlibatan dalam aktivitas yang ditawarkan oleh pihak kereta api.

Menggunakan jasa transportasi kereta api merupakan tindakan yang dilakukan oleh satu pihak atau individu yang terlibat dengan jasa transportasi kereta api tersebut, pada dasarnya merupakan suatu keterlibatan yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dalam Lupiyoadi, 2006, h.6).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa intensi menggunakan jasa transportasi kereta api adalah keinginan subyektif individu yang berupa maksud, niat, perjuangan guna mencapai suatu tindakan atau kegiatan untuk mengambil manfaat dalam menggunakan jasa transportasi kereta api.

3. Aspek-aspek Intensi Menggunakan Jasa Transportasi kereta Api

Intensi atau dorongan yang timbul dalam diri individu untuk membeli sesuatu atau keinginan individu untuk memiliki sesuatu dapat diuraikan menjadi beberapa aspek. Aspek-aspek Intensi membeli Ajzen dan Ajzen (Ari dan Sito, 2002, h.64):

a. Aspek Motivasi

Berupa alasan atau tujuan yang melatarbelakangi pemakaian produk atau jasa.

b. Aspek Kognisi

Berupa evaluasi terhadap resiko pemakaian produk atau jasa.

c. Aspek Kontrol Volisional

Berupa upaya aktif rasional untuk memanfaatkan sumber dan peluang seperti informasi pengetahuan produk atau jasa guna mewujudkan niat seseorang memakai produk atau jasa.

Intensi membeli individu pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan intensi individu untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Pada umumnya aspek intensi membeli representatif digunakan dalam menggunakan jasa transportasi kereta api. Menurut Ajzen dan Ajzen (Ari dan Sito, 2002, h.64) mengatakan bahwa aspek intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dilandaskan dari aspek intensi membeli yaitu:

a. Aspek Motivasi

Berupa alasan atau tujuan yang melatarbelakangi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

b. Aspek Kognisi Konsumen menggunakan kereta api.

Berupa evaluasi atau penilaian konsumen terhadap resiko yang dialami konsumen saat menggunakan kereta api

c. Aspek Kontrol Volisional.

Merupakan upaya aktif yang dilakukan konsumen secara rasional untuk memanfaatkan berbagai sumber dan peluang seperti informasi pengetahuan tentang kereta api guna mewujudkan niat seseorang untuk dapat menggunakan kereta api.

Penelitian ini menggunakan aspek-aspek intensi yang diungkapkan oleh Ajzen dan Ajzen (Ari dan Sito, 2002, h64). Hal ini berdasarkan pertimbangan bahwa aspek-aspek tersebut lebih representatif untuk mewakili aspek-aspek intensi dalam menggunakan jasa transportasi kereta api yang menjadi variabel penelitian saat ini.

Smet (1994, h. 166) menyebutkan beberapa aspek-aspek yang terdapat dalam intensi yaitu:

a. Tindakan (*action*) جامعنا سلطان أبجوع الإسلامية

Intensi akan menimbulkan suatu perilaku tertentu, perilaku tersebut berupa suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Obyek dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi kereta api. Misalnya: tindakan-tindakan yang dilakukan oleh para staf atau karyawan dalam memberikan pelayanan jasa transportasi kepada konsumen.

b. Sasaran (*target*)

Setiap perusahaan industri maupun jasa mempunyai sasaran atau target guna mencapai kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat mempengaruhi intensi konsumen.

c. Konteks (*context*)

Merujuk pada situasi terjadinya niat, situasi atau keadaan yang keadaan yang dikehendaki untuk menampilkan perilaku tertentu, misalnya: pelayanan pembelian tiket (purna beli) dari karyawan dengan baik, ramah, serta pemberian informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

d. Waktu (*time*)

Merujuk pada kapan perilaku akan muncul, berupa pengaturan jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta api dengan tepat waktu.

Fazio dan Ewolden (Baron dan Byrne, 1997, h. 122) menyatakan bahwa aspek-aspek intensi meliputi:

1. Situasi

Seseorang tidak dapat dengan mudah mewujudkan intensi menjadi tingkah laku tertentu. Hal ini disebabkan oleh situasi, yaitu ketidaklaksanaan situasional sebagai akibat adanya norma-norma.

2. Waktu

Ketika seseorang berada di bawah tekanan waktu dan mengharuskan untuk bertindak cepat, maka seseorang tersebut akan cenderung memiliki intensi untuk melakukan suatu tindakan.

3. Kekhususan perilaku

Pemfokusan pada objek yang akan diaktualisasikan menjadi perilaku yang sesungguhnya.

4. Individu

Intensi akan mempengaruhi perilaku antara individu dengan individu lainnya, hal ini dikarenakan penilaian setiap orang yang berbeda-beda.

Fishbein dan Ajzen (1980, h. 292) intensi mengandung empat elemen yang berbeda yaitu:

- a) Perilaku, artinya apa yang akan dilakukan seseorang terhadap suatu obyek tertentu.
- b) Sasaran (*targer*) yaitu apa yang ingin dituju atau sasaran apa yang ingin dicapai.
- c) Konteks adalah situasi atau keadaan yang dikehendaki untuk menampilkan perilaku tertentu.
- d) Waktu meliputi waktu yang diperlukan untuk mewujudkan perilaku tertentu.

Baron dan Byrne (1997, h. 126), menjelaskan kuat lemahnya intensi ditentukan oleh tiga hal, yaitu:

- 1) Sikap seseorang terhadap tingkah laku tertentu dapat diketahui dalam bentuk pernyataan yang dikemukakan kepada individu tersebut.

- 2) Kepercayaan seseorang terkait dengan bagaimana orang lain akan mengevaluasi tingkah laku tersebut. Faktor ini dikenal sebagai norma subyektif, jika individu tersebut percaya bahwa orang lain menyetujui apa yang hendak dilakukan maka interaksi bertingkah laku makin kuat.
- 3) *Perceived control*, yaitu tingkatan dimana seseorang merasa tingkah laku sukar atau mudah untuk dilakukan.

Theory of reasoned action (Saks dan Krupat, 1988, h. 202) menyatakan bahwa intensi dihasilkan oleh dua hal. Pertama adalah sikap seseorang terhadap perilaku. Kedua adalah norma subyektif, yaitu suatu keyakinan individu mengenai apa yang diharapkan oleh orang lain untuk dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas maka aspek-aspek intensi menggunakan jasa transportasi kereta api adalah aspek motivasi konsumen menggunakan kereta api, aspek kognisi konsumen menggunakan kereta api, dan aspek kontrol volisional, aspek tindakan, aspek sasaran, aspek konteks, aspek waktu.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Griffin mengatakan bahwa nilai penting dari penggunaan jasa transportasi kereta api yang dialami konsumen berbentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan, pada saat konsumen menggunakan jasa transportasi tersebut (Lupiyadi, 2006, h.7).

Chia (2007, h.110) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan jasa transportasi kereta api pada konsumen adalah:

- a. Adanya persepsi pada konsumen mengenai rendahnya tingkat resiko kecelakaan dengan menggunakan transportasi kereta api dibandingkan dengan pesawat terbang pada saat bepergian dengan jarak jauh.
- b. Ketertarikan terhadap promosi atau iklan yang dilakukan oleh perusahaan transportasi kereta api.
- c. Ketepatan jadwal keberangkatan sehingga konsumen dapat memperkirakan waktu perjalanan yang dilakukan dibandingkan dengan transportasi lainnya.
- d. Rekomendasi dari orang-orang yang dianggap signifikan atau penting oleh konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.
- e. Perasaan puas yang dialami konsumen ketika menggunakan kereta api sebelumnya serta pengalaman yang positif dalam menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan di kereta api, seperti bar, restorasi, dan lain sebagainya.

Hasyim dalam penelitiannya mengenai kepuasan konsumen kereta api (2007, h.3) mengungkapkan beberapa faktor yang dapat meningkatkan atau menurunkan intensi individu untuk menggunakan kereta api yang berhubungan dengan berbagai atribut layanan angkutan kereta api yaitu:

- a. Standar keamanan dan keselamatan kereta api.
- b. Standar kenyamanan yang dirasakan konsumen saat berada di dalam kereta api, kebersihan di dalam dan di luar kereta api.

- c. Ketepatan jadwal keberangkatan.
- d. Kemudahan dalam memperoleh tiket.
- e. Penampilan fisik karyawan yang melayani konsumen di dalam dan di luar kereta api

Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan jasa transportasi kereta api adalah kenikmatan, kepuasan konsumen, kenyamanan, kebersihan di dalam dan luar kereta api, persepsi mengenai rendahnya resiko kecelakaan, kemudahan mendapatkan tiket kereta api, penampilan fisik karyawan kereta api, ketepatan jadwal perjalanan, rekomendasi dari orang-orang signifikan, dan ketertarikan terhadap promosi atau iklan. Peneliti dalam penelitian ini akan memfokuskan analisis pada faktor kepuasan konsumen dengan pertimbangan bahwa variabel kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang nampaknya penting dan sangat berpengaruh terhadap intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, serta merupakan salah satu tolak ukur penilaian baik buruknya suatu jasa transportasi pada umumnya.

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Cravens (1999, h.180) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi dari kinerja produk atau jasa setelah konsumen melihat dan merasakan atau memiliki pengalaman dengan produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang di rasakan dibandingkan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan konsumen. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja sesuai harapan, maka konsumen puas, jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa, kalau kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas, senang atau gembira (Kotler, 2000, h.52). Kepuasan konsumen dijelaskan secara lebih rinci lagi oleh Kotler sebagai perasaan senang atau kecewa yang dialami konsumen dari hasil evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap produk atau jasa yang diterima, konsumen yang puas dalam menggunakan produk atau jasa yang dijual perusahaan akan bersedia membayar lebih dan melakukan pembelian berulang terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga kepuasan konsumen ini efektif untuk meningkatkan penjualan dan kredibilitas perusahaan.

Wilkie (Tjiptono, 2002, h.102) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional sebagai evaluasi terhadap pengalaman, konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Wilkie emosi konsumen sangat berperan penting dalam terciptanya kepuasan.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi dari kinerja produk atau jasa, setelah konsumen melihat dan merasakan atau memiliki pengalaman dengan produk atau jasa tersebut.

2. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Garvin, dkk (Tjiptono, 1996, h.68) mengungkapkan beberapa aspek-aspek kepuasan konsumen yaitu:

- a. Kinerja (*per formance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk atau jasa ini yang dibeli atau di rasakan oleh konsumen apakah dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam bertransaksi.
- b. Ciri-ciri keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya fasilitas-fasilitas yang paling memudahkan pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu jaminan dari perusahaan yang terkait dengan kemungkinan-kemungkinan akan dialaminya kerusakan atau kegagalan dalam memberikan fungsi pelayanan terbaik untuk konsumen.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
- f. *Service ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan dan ketersediaan komponen atau pelayanan jasa yang dibutuhkan.

g. Estetika, yaitu daya tarik produk atau jasa terhadap panca indera yang dipersepsikan oleh seseorang yang berupa respon atau tanggapan terhadap penggunaan suatu produk atau jasa.

h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kotler (2000, h.38) berpendapat bahwa kepuasan konsumen mengandung beberapa aspek sebagai berikut:

- a. Kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang dialami individu berkaitan dengan jasa atau produk yang digunakannya.
- b. Pelayanan atau kemampuan layanan dalam proses menikmati jasa atau produk tersebut.
- c. Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang menunjang konsumen melakukan pembelian atau menggunakan produk atau jasa.
- d. Harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen saat melakukan pembelian atau pengkonsumsian produk atau jasa.

Morison, dkk (Haryanti, 2008, h. 48) mengemukakan ada beberapa aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Karakteristik produk atau jasa, meliputi penempilan atau pemberian jasa, kebersihan dan kategori jasa yang ditawarkan.
- b. Harga, berupa harga jasa yang ditawarkan.
- c. Pelayanan, yaitu pelayanan karyawan atau petugas terhadap jasa layanan transportasi yang berupa keramahan, kecepatan dalam pelayanan.

- d. Lokasi, meliputi letak perusahaan jasa, lingkungan.
- e. Fasilitas, yang terdiri dari fasilitas jasa seperti ruang tunggu, restorasi, dll.
- f. Profil (*image*), yaitu citra, reputasi, dan kepedulian semua karyawan terhadap lingkungan.
- g. Desain visual, meliputi dekorasi ruangan, bangunan.
- h. Suasana, meliputi tata lampu, dan keamanan.
- i. Komunikasi yaitu tata cara, informasi keluhan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka aspek-aspek kepuasan konsumen adalah aspek kinerja (*performance*), aspek keandalan (*reliability*), aspek kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), aspek kemampuan untuk melayani (*service ability*), aspek estetika. Aspek-aspek tersebut selanjutnya akan digunakan sebagai landasan teori dalam membuat skala kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan penulis menganggap aspek-aspek tersebut telah mewakili aspek-aspek kepuasan konsumen lainnya.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2001, h.158) menjelaskan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Sebagai berikut:

a. Kualitas produk

Yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Yaitu konsumen akan puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk atau jasa tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

e. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, cenderung puas akan produk atau jasa itu.

Irawan (2002, h.37), menjelaskan ada lima faktor pendorong utama kepuasan konsumen, yaitu:

a. Kualitas produk atau jasa

Konsumen akan puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut, ternyata kualitas pelayanannya baik. Kualitas pelayanan ini

adalah dimensi yang secara menyeluruh dan paling tidak ada enam elemen dari kualitas suatu produk atau jasa, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*.

b. Harga

Konsumen yang sensitif biasanya harga yang murah, kepuasan yang terpenting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang sensitif terhadap harga.

c. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan sumber daya manusia. Kualitas pelayanan yang populer adalah *sequal* (*service quality*). Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan diyakini mempunyai lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

d. Faktor emosi

Konsumen akan merasa puas ketika emosi berupa rasa senang, nyaman, timbul ketika mereka menggunakan produk atau jasa tertentu.

e. Kemudahan

Untuk mendapatkan produk atau jasa, konsumen akan puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli diatas maka dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk atau jasa, harga, kualitas pelayanan, faktor emosi, dan kemudahan.

C Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api di Wilayah Semarang.

Konsumen kereta api merupakan orang atau individu yang menikmati, menggunakan, merasakan, menilai pelayanan yang diberikan jasa transportasi kereta api. Perusahaan yang bergerak dalam bidang industri atau jasa perlu memperhatikan kepuasan konsumen. Hal tersebut merupakan hal yang utama yang perlu disadari oleh setiap karyawan, setiap karyawan hendaknya memuaskan konsumen dengan cara mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan konsumen. Dengan adanya kepuasan konsumen pengguna jasa kereta api, maka diharapkan akan terjadi penggunaan berulang terhadap jasa transportasi kereta api.

Kepuasan konsumen merupakan suatu konsep penting di dalam dunia usaha baik jasa ataupun industri. Konsumen merasa puas setelah menggunakan produk atau jasa, sehingga konsumen akan melakukan pemakaian ulang pada produk atau jasa tersebut. Kepuasan yang dialami konsumen akan diceritakan kepada orang lain (*word of mouth*) sehingga hal tersebut akan mempengaruhi citra kualitas perusahaan selanjutnya.

Penelitian terbaru yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, khususnya konsumen kereta api, yang dilakukan oleh Hasyim (2007, h.3) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara standar pelayanan kereta api dengan kepuasan konsumen di perkotaan Indonesia. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh atribut-atribut yang menjadi standar pelayanan kereta api, untuk meningkatkan intensi konsumen menggunakan jasa transportasi, kereta api perlu untuk meningkatkan pelayanan

kereta api. Standar pelayanan kereta api dirasa penting untuk meningkatkan intensi konsumen pengguna jasa kereta api. Standar pelayanan tersebut berkaitan dengan aspek kinerja. Aspek kinerja untuk kepuasan konsumen berkaitan dengan karakteristik operasi pokok produk atau jasa inti yang dibeli atau dirasakan oleh konsumen apakah dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam bertransaksi, jika penumpang merasa bahwa pelayanan pembelian tiket di loket, sarana dan prasarana yang tersedia di kereta api, sistem pembelian atau pemesanan tiket, pelayanan terhadap pembatalan pemberangkatan, pelayanan pemusanan atau pemesanan tiket pulang pergi, maka penumpang merasa nyaman dan puas terhadap kinerja PTKAI.

Aspek *service ability* untuk kepuasan konsumen, aspek tersebut meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, penanganan keluhan yang memuaskan, serta pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa transportasi kereta api. Apabila konsumen merasa bahwa penjelasan yang diberikan oleh petugas mudah dimengerti, kesiapsiagaan petugas teknis dalam menangani kerusakan mesin, pelayanan yang diberikan oleh staf kereta api sepanjang perjalanan, pelayanan yang diberikan oleh petugas loket, sikap dan perilaku petugas saat mengecek tiket penumpang apabila dilakukan dengan baik oleh semua petugas, maka konsumen akan merasa puas dan cenderung memiliki intensi yang tinggi untuk menggunakan jasa transportasi kereta api kembali.

Aspek lain dari kepuasan konsumen adalah aspek keandalan yang berkaitan dengan perusahaan menjamin bahwa hanya kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam menyelesaikan permasalahan yang

dialami konsumen, yang berupa kondisi lokomotif kereta api, kondisi kelayakan rel kereta api, kondisi pintu hidrolik pada kereta api yang berfungsi dengan baik, dan penyelesaian masalah kecelakaan kereta api.

Kesesuaian dengan spesifikasi merupakan aspek kepuasan yang juga mempengaruhi intensi untuk menggunakan jasa transportasi kereta api, kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan, seperti ketepatan kedatangan dan keberangkatan kereta api, kebersihan dan kerapian di dalam kereta api, sistem keamanan di dalam kereta api, rasa tanggung jawab PT.KAI, bila dilakukan dengan baik akan membuat penumpang atau konsumen ingin mengulang kembali untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

Aspek estetika untuk kepuasan konsumen, aspek tersebut berkaitan dengan daya tarik produk atau jasa terhadap panca indera yang dipersepsikan seseorang berupa respon atau tanggapan terhadap penggunaan suatu produk atau jasa. Seperti keindahan desain gerbong kereta api, model seragam petugas kereta api, keindahan warna cat gerbong, desain restorasi yang ada dalam kereta, penataan interior ruang tunggu dan tempat pembelian tiket.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat mempengaruhi intensi konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api. Konsumen merasa puas, akan cenderung memiliki intensi yang tinggi dalam menggunakan jasa transportasi kereta api. Sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas atau kecewa maka intensi untuk menggunakan jasa transportasi kereta api juga akan cenderung rendah.

D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama di wilayah Semarang. Makin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka makin tinggi pula intensi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api, sebaliknya makin rendah kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka makin rendah pula intensi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini, seperti identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel-variabel penelitian, populasi, sampel, dan teknik sampling, metode dan alat pengumpulan data, validitas dan reliabilitas alat ukur serta metode analisis data yang akan digunakan dalam menguji hipotesis yang diajukan.

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian perlu dilakukan untuk dapat mengenal fungsi masing-masing variabel penelitian sebelum pengumpulan data. Identifikasi variabel dalam penelitian ini yang berkaitan dengan hipotesis adalah :

- a. Variabel tergantung : Intensi menggunakan jasa transportasi kereta api
- b. Variabel bebas : Kepuasan konsumen

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian merupakan batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara konkrit berhubungan dengan realisasi yang akan diamati dalam penelitian (Hadi, 2000, h.26). Definisi operasional variabel penelitian ini penting untuk dikemukakan untuk menghindari kesalahpahaman mengenai data yang akan dikumpulkan serta menghindari

kesesatan menentukan pengumpulan data. Definisi operasional variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.

Intensi menggunakan jasa transportasi kereta api adalah keinginan subyektif individu yang berupa maksud, niat, perjuangan guna mencapai suatu tindakan atau kegiatan untuk mengambil manfaat dalam menggunakan jasa transportasi kereta api. Intensi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api yang aspek-aspeknya terdiri dari motivasi, kognisi, dan kontrol volisional. Apabila skor individu tinggi, maka intensi individu untuk menggunakan jasa transportasi kereta api juga tinggi. Hal ini mencerminkan keinginan subyektif individu yang tinggi dalam menggunakan jasa transportasi kereta api, sebaliknya jika skor individu rendah, maka keinginan subyektif individu tersebut juga rendah untuk menggunakan jasa transportasi kereta api juga rendah.

2. Kepuasan Konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional seseorang berupa perasaan senang atau kecewa yang dialami individu tersebut setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya berkaitan dengan evaluasi konsumen tersebut setelah menggunakan atau menerima kinerja produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen dinilai melalui skala kepuasan konsumen, yang aspek-aspeknya terdiri dari kinerja, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, kemampuan untuk melayani dan estetika. Apabila skor yang didapat subyek dalam pengisian skala tersebut tinggi berarti subyek mengalami

tingkat kepuasan yang tinggi, sebaliknya apabila skor yang didapat dalam pengisian skala tersebut rendah berarti subyek mengalami tingkat kepuasan yang rendah

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Azwar (2007, h.77), menjelaskan bahwa populasi adalah sekelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Suatu populasi, sekelompok subjek harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik tertentu. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2006, h. 117).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa transportasi kereta api di stasiun besar Semarang Tawang, dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Penumpang kereta api di stasiun besar Semarang Tawang.
- b. Usia sekitar 15 – 60 tahun.
- c. Kondisi tidak sedang sibuk, bersedia mengisi skala.
- d. Bisa membaca dan menulis.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi(Sugiyono, 2006, h. 118). Hadi (2000, h.221) menyatakan sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat

mewakili keseluruhan populasi (Hadi, 2000, h.221). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 penumpang jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama jurusan Semarang Tawang – Pasar Senen Jakarta yang merupakan bagian dari populasi penelitian.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2006, h.118). Sampel dalam penelitian ini ditentukan secara *non random* artinya tidak semua individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Quota Incidental Sampling*. *Quota sampling* yaitu metode pengambilan sampel dimana jumlah subyek yang akan diselidiki ditetapkan lebih dahulu. Selanjutnya penyelidikan segera dilaksanakan jika *quotum* itu telah dipastikan (Hadi, 2000, h.227). Menurut Hadi (2000, h.227) *incidental sampling* yaitu apa atau siapa saja yang kebetulan dijumpai ditempat-tempat tertentu. Azwar (2000, h.82) menyarankan untuk mengambil sampel sebesar 10% dari populasi sebagai aturan kasar.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa *Quota Incidental Sampling* adalah pengambilan sampel kepada siapa saja yang dijumpai di tempat-tempat tertentu dengan menentukan lebih dahulu jumlah sampel yang hendak diteliti.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan atau pernyataan langsung terarah pada informasi mengenai data yang hendak diungkap berupa data yang dianggap fakta dan kebenaran yang diketahui oleh subyek. Alasan menggunakan metode skala karena skala dapat menggambarkan aspek kepribadian individu, serta dapat memancing jawaban yang merupakan refleksi dari keadaan diri subyek yang tidak disadari (Azwar, 2005, h.5).

Azwar (2005, h.3) menyebutkan bahwa skala sebagai suatu alat atau instrument ukur psikologi yang mengacu kepada alat ukur aspek atau atribut afektif.

Karakteristik skala sebagai alat ukur adalah sebagai berikut:

1. Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang secara tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator atau aspek-aspek perilaku dari atribut yang bersangkutan.
2. Skala psikologi selalu berisi banyak item.
3. Responden subyek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban dapat "benar" atau "salah". Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh.

Penelitian ini menggunakan dua macam skala, yaitu skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dan skala kepuasan konsumen. Skala

yang akan diungkap adalah skala yang mencakup semua variabel yang akan diteliti, yaitu :

L. Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Penelitian ini menggunakan aspek-aspek yang disusun berdasarkan pengertian dari intensi menggunakan jasa transportasi kereta api. Untuk mengukur intensi menggunakan jasa transportasi kereta api jasa transportasi. Aspek-aspek intensi menggunakan jasa transportasi kereta api adalah aspek motivasi, aspek kognisi, dan aspek kontrol volisional.

Berdasarkan aspek-aspek diatas maka disusun *blue print* skala intensi dan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Blue Print Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api
Sebelum Try Out

No	Aspek	F	U	Jumlah aitem
1	Motivasi	5	5	10
2	Kognisi	5	5	10
3	Kontrol Volisional	5	5	10
Jumlah		15	15	30

Keterangan:

f= *favourable*

u= *unfavourable*

Penyusunan skala menggunakan empat alternatif pilihan jawaban, yang pilihan jawabannya sebagai berikut : jawaban Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian untuk butir-butir

favourable, jawaban Sangat Sesuai memperoleh nilai 4, jawaban Sesuai memperoleh nilai 3, jawaban Tidak Sesuai (TS) memperoleh nilai 2, dan Sangat Tidak Sesuai memperoleh nilai 1. Sebaliknya butir-butir *unfavourable*, jawaban Sangat Sesuai memperoleh nilai 1, jawaban Sesuai memperoleh nilai 2, jawaban Tidak Sesuai memperoleh nilai 3 dan jawaban Sangat Tidak Sesuai memperoleh nilai 4.

2. Skala Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diukur menggunakan aspek-aspek yang disusun berdasarkan pada pengertian dari kepuasan konsumen tersebut. Aspek-aspek kepuasan konsumen adalah kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), kemampuan untuk melayani (*service ability*), dan estetika.

Berdasarkan aspek-aspek yang disusun rancangan skala kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Blue Print Skala Kepuasan Konsumen
Sebelum Try Out

No	Aspek	Jumlah Item
1	Kinerja (<i>performance</i>)	6
2	Keandalan (<i>reliability</i>)	6
3	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>)	6
4	Kemampuan untuk melayani (<i>service ability</i>)	6
5	Estetika	6
	Jumlah	30

Model skala yang digunakan terdiri dari sejumlah pernyataan, dimana setiap pernyataan diberi empat alternatif jawaban, yaitu : Sangat Memuaskan (SM), Memuaskan (M), Kurang Memuaskan (KM), dan Tidak Memuaskan (TM). Penggunaan alternatif jawaban tersebut untuk mengetahui perasaan subjek penelitian (apakah memuaskan atau tidak memuaskan) terhadap aspek-aspek kepuasan konsumen.

Makin tinggi skor yang diperoleh subjek pada skala kepuasan konsumen, maka makin tinggi kepuasan konsumen pada subjek tersebut. Makin rendah skor yang diperoleh subjek pada skala kepuasan konsumen maka makin rendah pula kepuasan konsumen tersebut.

E. Validitas dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

I. Seleksi Aitem

Suatu alat ukur dikatakan valid apabila alat ukur tersebut dapat dengan cermat mengukur apa yang seharusnya diukur. Azwar (2000, h.5) mendefinisikan validitas sebagai suatu alat ukur, sejauhmana ketetapan dan kecermatan. Suatu alat ukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut bisa menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil yang tepat dan akurat. Validitas instrument pada penelitian ini dipertimbangkan melalui validitas isi (*content validity*). Azwar menyatakan bahwa validitas isi menunjukkan sejauhmana aitem-aitem dalam tes dapat mencakup keseluruhan kawasan isi objek yang hendak di ukur. Maksud dari isi adalah tidak saja tes tersebut harus

komprehensif, namun isinya harus memuat hanya isi yang relevan dan tidak keluar dari batasan tujuan ukur. Validitas isi diperoleh melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau lewat *professional judgment* terhadap alat ukur yang dilakukan dengan seksama oleh ahli, atau *professional*, yaitu dosen pembimbing skripsi sehingga alat ukur hanya memuat isi yang relevan dan tidak keluar dari batasan-batasan ukur (Azwar, 2000, h. 45).

Azwar mendefinisikan (2005, h. 58) uji daya beda aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Indeks daya beda aitem merupakan pula indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi aitem total. Estimasi daya beda aitem yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson.

Menurut Azwar (2000, h.62) bahwa koefisien korelasi yang diperoleh dari perhitungan tersebut perlu dikoreksi lagi mengingat adanya kelebihan bobot tersebut karena skor butir yang dikorelasikan dengan skor total masih ikut sebagai komponen total sehingga koefisien korelasinya menjadi lebih besar. Teknik korelasi *Part Whole* digunakan dalam mengoreksi kelebihan bobot. Kriteria pemilihan aitem berdasar korelasi aitem total, biasanya digunakan batasan $r_{ix} \geq 0,3$. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,3 daya pembedanya dianggap memuaskan. Aitem yang memiliki harga koefisien korelasi aitem total kurang dari 0,3 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki

daya beda rendah. Uji daya beda aitem yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson.

2. E. Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika alat ukur tersebut mampu menunjukkan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama (Azwar, 2000, h.5). Hal yang perlu diingat pada reliabilitas adalah perhitungan reliabilitas haruslah dilakukan hanya pada aitem yang sudah memiliki validitas.

Reliabilitas diartikan sebagai konsistensi atau stabilitas, yang pada prinsipnya menunjukkan sejauhmana pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama atau dengan kata lain sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2000, h.4). Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung makna kecermatan pengukuran, reliabilitas pada penelitian ini menggunakan pendekatan konsistensi internal yang didasarkan pada data dari sekali pengenaan satu bentuk alat ukur pada sekelompok subjek (*single trial administration*). Alasan digunakan pendekatan konsistensi internal (*single trial administration*) karena skala hanya diberikan sekali pada sekelompok subjek. Estimasi reliabilitas skala yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas *alpha* yang dikembangkan oleh Cronbach.

F. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode statistik untuk mengolah data yang diperoleh, karena data yang diperoleh berupa angka-angka dan metode statistik dapat memberikan hasil yang obyektif. Selain itu dengan metode statistik dapat ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, karena berdasarkan perhitungan yang teratur, teliti dan tepat (Hadi, 2000, h.221).

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik korelasi *Product Moment* dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) *release for windows* versi 13.0. Korelasi ini digunakan karena terdapat dua variabel penelitian dimana kedua variabel tersebut berwujud data interval dan ingin dicari korelasi antara dua variabel tersebut. Hal ini mengungkap hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama di wilayah Semarang.



BAB IV
PERSIAPAN, PELAKSANAAN, ANALISIS DATA PENELITIAN,
DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kacah Penelitian

Orientasi kacah adalah salah satu tahap yang harus dilalui sebelum melakukan suatu penelitian untuk mempersiapkan segala sesuatu yang berkenaan dengan kelancaran jalannya penelitian. Peneliti terlebih dahulu melakukan pengamatan berdasarkan karakteristik populasi penelitian sebelum melaksanakan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di PT. KAI Stasiun Besar Semarang Tawang dengan subyek penumpang kereta api Bisnis Fajar Utama Jurusan Semarang Tawang - Pasar Senen Jakarta.

Alasan-alasan yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan lokasi tersebut didasarkan pada hal-hal berikut:

- a. Perusahaan belum pernah dilakukan penelitian mengenai "hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang"
- b. Memperoleh izin dari pihak PT. KAI untuk melakukan penelitian.
- c. Adanya kesediaan konsumen pengguna jasa transportasi kereta api bisnis Fajar Utama di stasiun besar Semarang Tawang.

PT.KAI merupakan perusahaan milik pemerintah, prasarana pokok milik pemerintah yang dikelola PT. Kereta Api terdiri dari jalan kereta api (*track*), prasarana jembatan kereta api, persinyalan dan telekomunikasi, yang dibangun

dan dirawat oleh pemerintah dengan pertumbuhan yang relatif kecil. Penambahan jalur rel baru yang dilakukan selama ini lebih diarahkan pada usaha meningkatkan kapasitas angkut.

Kereta api di Indonesia ditandai dengan pengayunan cangkul pertama oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele di desa Kemijen Jum'at tanggal 17 Juni 1864 yang diprakasai oleh "*Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij*" (NV. NISM), Perusahaan swasta NV. NISM membangun jalan kereta api antara Kemijen - Tanggung dan pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110Km). Pembangunan jalan kereta api juga dilakukan di Sumatera Selatan (1914), Sumatera Barat (1891), Sumatera Utara (1886), Aceh (1874), bahkan pada tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan kereta api sepanjang 47 KM antara Makasar - Takalar.

Karyawan kereta api tergabung dalam "Angkatan Moeda Kereta Api" (AMKA) setelah kemerdekaan Indonesia diproklamasikan, AMKA mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah yang terjadi pada tanggal 28 September 1945, yaitu pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api Republik Indonesia (HKARI). Lima tahun kemudian, berdasarkan pengumuman Menteri Perhubungan, Tenaga dan Pekerjaan Umum No. 2 Tanggal 6 Januari 1950, ditetapkan bahwa mulai 1 Januari 1950 HKARI dan "*Staat-spoor Wegen en*

Verenigde spoorweg Bedrijf (SS/VS) digabung menjadi satu perusahaan kereta api bernama "Djawatan Kereta Api" (DKA).

Upaya pembenahan badan usaha dilakukan oleh pemerintah dengan cara mengeluarkan UU No. 19 Tahun 1960, yang menetapkan bentuk usaha BUMN. Atas dasar UU ini, dengan Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 1963, tanggal 25 Mei 1963 dibentuk "Perusahaan Negara Kereta Api" (PNKA), sehingga Djawatan Kereta Api dilebur ke dalamnya. Pemerintah mengeluarkan UU No. 9 Tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969, yang menetapkan jenis BUMN menjadi tiga Perseroan, Perusahaan Umum dan Perusahaan Jawatan. Sejalan dengan UU dimaksud, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 1971 tanggal 15 September 1971, bentuk perusahaan PNKA mengalami perubahan menjadi "Perusahaan Jawatan Kereta Api" (PJKA).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 1990, pada tanggal 2 Januari 1991, PJKA mengalami perubahan menjadi Perusahaan Umum Kereta Api disingkat Perumka. Sejalan dengan perubahan status ini kinerja perkeretaapian di Indonesia kian membaik.

Selanjutnya, berdasarkan "Loan Agreement" No. 4106-IND tanggal 15 Januari 1997 berupa bantuan proyek dari Bank Dunia, yang kemudian lebih dikenal dengan Proyek Efisiensi Perkeretaapian atau "*Railway Efficiency Project*" (REP), dan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1998, tanggal 3 Februari 1998, Pemerintah menetapkan pengalihan bentuk Perusahaan Umum (PERUM) Kereta Api menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Prosesi perubahan status perusahaan dari Perum menjadi Persero secara "*de-facto*" dilakukan tanggal 1

Juni 1999, saat Menhub Giri S. Hadiharjono mengukuhkan susunan Direksi PT. Kereta Api (persero) di Bandung.

Visi PT. KAI adalah penyediaan jasa kereta api sebagai pilihan utama dengan seluruh lapisan masyarakat adalah pelanggan, berkembang dan terdepan dalam keselamatan dan keandalan, pelopor dalam pembangunan yang berwawasan lingkungan, karyawan bangga dan sejahtera, keuangan perusahaan sehat, melalui semangat top-21 yang merupakan "*Railway spirit for strategic change*" untuk mencapai misi perusahaan. Misi PT. KAI adalah mewujudkan transportasi yang bersifat massal untuk pertumbuhan ekonomi serta merunjang pembangunan sektor lain dan pemerataannya, mampu menghidupkan diri sendiri dan memupuk keuntungan untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian dilakukan mulai dari penyusunan alat ukur, persiapan perijinan penelitian, seleksi item dan estimasi reliabilitas alat ukur, yang masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Penyusunan Alat Ukur

Persiapan yang dilakukan sebelum penelitian adalah menyusun alat ukur yang akan digunakan untuk mengumpulkan data. Penyusunan alat ukur dimulai dengan menentukan aspek-aspek yang akan digunakan untuk membuat skala berdasarkan konsep yang telah dikemukakan dalam teori. Aspek-aspek ditentukan kemudian penulis membuat *blue print* skala yang berisi sejumlah item sebagai acuan untuk membuat skala. Penelitian ini

menggunakan dua macam alat ukur yaitu skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dan skala kepuasan konsumen.

1) Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Skala Intensi menggunakan jasa transportasi kereta api yang akan diujikan disusun berdasarkan tiga aspek

- a. Aspek Motivasi
- b. Aspek Kognisi
- c. Aspek Kontrol Volisional

Skala Intensi menggunakan jasa transportasi kereta api keseluruhan berjumlah 30 aitem, terdiri dari 15 aitem *favourable* dan 15 aitem *unfavourable*. Sebaran aitem pada skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

2) Skala Kepuasan Konsumen

Skala kepuasan konsumen yang akan diujikan disusun berdasarkan 5 aspek, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
- d. Kemampuan untuk melayani (*service ability*)
- e. Estetika

Skala kepuasan konsumen secara keseluruhan berjumlah 30 aitem, terdiri dari 30 aitem *favourable*. Sebaran aitem pada skala kepuasan konsumen. Alasan menggunakan hanya 5 aspek tersebut karena kelima aspek di atas cukup

representatif dalam mengukur kepuasan konsumen khususnya terhadap pelayanan jasa transportasi kereta api.

a. Pelaksanaan *Try Out*

Persiapan merupakan syarat awal dalam melaksanakan suatu penelitian. Subyek yang digunakan *try out* adalah PT. KAI, penumpang kereta api bisnis Fajar Utama jurusan Semarang- Jakarta di Stasiun besar Semarang Tawang, dengan alasan karena mempunyai ciri-ciri yang sama dengan subyek penelitian.

Perizinan *try out* dan penelitian dimulai dengan membuat permohonan pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang kemudian mengeluarkan surat pengantar dengan nomor 057/C.I/Psi-SA/2008 yang ditujukan kepada KASI SDM dan Umum PT. KAI Semarang.

Pengambilan data untuk *try out* dilakukan setelah peneliti mendapatkan izin dari PT. KAI pada tanggal 2 sampai dengan 3 Februari 2008, Pengambilan data untuk *try out* dilakukan selama dua hari yaitu hari Sabtu dan Minggu jam 7 sampai dengan jam 8.10 pagi di Stasiun Besar Semarang Tawang.

Peneliti menyebarkan dua skala yaitu skala kepuasan konsumen dan skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta, subyek untuk *try out* adalah calon penumpang kereta api bisnis Fajar Utama jurusan Semarang Tawang – Pasar Senen Jakarta yang berada di ruang tunggu. Untuk mengetahui subyek akan menggunakan kereta api bisnis Fajar Utama jurusan Semarang Tawang- Pasar Senen Jakarta, peneliti menanyai satu persatu subyek yang sedang duduk menunggu kereta api. setelah peneliti mengetahui bahwa subyek adalah calon pengguna kereta api bisnis Fajar Utama peneliti membagikan skala *try out* yang

berisi pernyataan skala kepuasan konsumen dan skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, dan peneliti menunggu subyek samapi selesai mengerjakan.

Peneliti mendapatkan 40 subyek pada hari Sabtu tanggal 2 Februari 2008, dan pada hari Minggu tanggal 3 Februari 2008 peneliti mendapatkan 30 subyek. Peneliti dibantu oleh seorang kawan dalam proses pengambilan data untuk *try out*.

a. Uji Daya Beda dan Reliabilitas Alat Ukur

Seleksi aitem alat ukur dilakukan dengan tujuan agar alat ukur hanya memuat isi yang relevan dan tidak keluar dari batasan tujuan pengukuran. Selanjutnya untuk mengetahui alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, dilakukan melalui estimasi reliabilitas terhadap skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dan skala kepuasan konsumen dengan menggunakan teknik reliabilitas *Alpha Cronbach*. Hal tersebut guna mengetahui aitem-aitem yang konsisten dan aitem-aitem yang tidak konsisten serta mengetahui reliabilitas dan perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product Service and Solution*) for windows release versi 13.0.

1) Skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

Seleksi aitem alat ukur skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yang kemudian dikoreksi dengan menggunakan koefisien korelasi *Part Whole*. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan terhadap skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api yang terdiri dari 30 aitem, terdapat 25 aitem yang terpilih dan 5 aitem yang di buang

dengan taraf signifikansi 1%. Adapun sebaran nomor aitem yang terpakai skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Sebaran Nomor Aitem Terpakai dan Tidak terpakai Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Aspek	Terpakai		Tidak Terpakai		Jumlah Aitem
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Motivasi	1,7,13,25	2,14,20	19	8,26	10
Kognisi	3,9,15,21,27	4,16,22,28	-	10	10
Kontrol Volisional	5,17,23,29	6,12,18,24,30	11	-	10
Jumlah	13	12	2	3	30

Koefisien korelasi untuk aitem yang terpakai pada skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api berkisar antara 0,307 – 0,676 taraf signifikansi 1%, terdapat 25 aitem yang terpakai dari 30 aitem yang ada.

Estimasi alat ukur terhadap skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dilakukan berdasarkan pada 25 aitem yang terpakai dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, sehingga diperoleh koefisien reliabilitas *alpha* sebesar 0,905 dengan demikian hasil penelitian skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api reliabel.

2) Skala Kepuasan Konsumen

Seleksi aitem alat ukur skala kepuasan konsumen menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yang kemudian dikorelasi dengan menggunakan koefisien korelasi *Part Whole*. Berdasarkan seleksi aitem yang dilakukan terhadap skala kepuasan konsumen, diperoleh 24 aitem yang terpilih dari 30 aitem yang ada dengan taraf signifikansi 1%.

Adapun sebaran nomor aitem yang terpakai dan tidak terpakai pada skala kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Sebaran Nomor Aitem Terpakai dan Aitem Tidak Terpakai
Skala Kepuasan Konsumen

No	Aspek	Terpakai	Tidak Terpakai	Jumlah Aitem
1.	Kinerja (<i>performance</i>)	1,6,16,21,26	11	6
2.	Keandalan (<i>reliability</i>)	2,12,17,27	7,22	6
3.	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>)	3,8,13,18,28	23	6
4.	Kemampuan untuk melayani (<i>service ability</i>)	4,9,14,19,29	24	6
5.	Estetika	5,10,15,20,30	25	6
	Jumlah	24	6	30

Koefisien korelasi untuk aitem yang terpakai pada skala kepuasan konsumen berkisar antara 0,309 – 0,728 dengan taraf signifikansi 1% terdapat 24 aitem yang terpakai dari 30 aitem yang ada.

Pengujian reliabilitas alat ukur terhadap skala kepuasan konsumen dilakukan berdasar pada 24 aitem yang terpakai dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, sehingga diperoleh koefisien reliabilitas *alpha* sebesar 0,889 dengan demikian hasil penelitian skala kepuasan konsumen reliabel.

b. Penyusunan Skala Baru Untuk penelitian

Setelah diketahui sebaran nomor yang terpakai, kemudian disusun kembali. Skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dan skala kepuasan

konsumen yang digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian. Adapun sebaran nomor aitem skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dan skala kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 6
Sebaran Nomor Aitem Skala Intensi
Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

No	Aspek	<i>Favourable</i>	<i>Un favourable</i>	Jumlah
1	Motivasi	1,7,13,19	2,8,14	7
2	Kognisi	3,9,15,21,25	4,10,16,20	9
3	Kontrol Volisional	5,11,17,23	6,12,18,22,24	9
	Jumlah	13	12	25

Tabel 7
Sebaran Nomor Aitem Skala Kepuasan Konsumen

No	Aspek	Aitem	Jumlah Aitem
1	Kinerja (<i>performance</i>)	1,6,11,16,21	5
2	Keandalan (<i>reliability</i>)	2,7,12,17	4
3	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>)	3,8,13,18,22	5
4	Kemampuan untuk melayani (<i>service ability</i>)	4,9,14,19,23	5
5	Estetika	5,10,15,20,24	5
	Jumlah	24	24

3. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 8 Februari 2008 di Stasiun Besar Semarang Tawang, seperti halnya pada waktu *try out* skala, pada waktu penelitian peneliti memberikan dua skala yang telah disusun kembali yaitu skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api dan skala kepuasan konsumen, disertai instruksi cara mengerjakan atau pengisian skala.

Penelitian dimulai dari Stasiun Besar Semarang Tawang dengan menggunakan kereta api bisnis Fajar Utama Jurusan Semarang Tawang – Pasar Senen Jakarta, kereta berangkat dari Stasiun Tawang Semarang pukul 8 pagi dan sampai Stasiun Pasar Senen Jakarta pukul 14.50. Kereta api bisnis Fajar Utama terdiri dari 8 rangkaian gerbong salah satunya adalah rangkaian gerbong restorasi dan setiap gerbong selain gerbong restorasi terdiri dari 64 penumpang, dengan jumlah subyek 80 penumpang. Subyek diambil dari 7 rangkaian gerbong kereta api yang terdiri dari :

Tabel 8
Subyek Penelitian

No.	Rangkaian Gerbong	Subyek
1.	Gerbong 1	17
2.	Gerbong 2	15
3.	Gerbong 3	12
4.	Gerbong 4	13
5.	Gerbong 5	14
6.	Gerbong 6	9
7.	Gerbong 7	0
Jumlah		80

Pengisian skala dilakukan pada penumpang dalam kondisi tidak sibuk, sehingga tidak akan mengganggu aktivitas penumpang, misalnya saat membaca koran, tidak sedang tidur, sedang berbincang-bincang. Subyek mengerjakan skala dengan berbagai macam cara. Penumpang yang membawa koran mengerjakan skala dengan cara menaruh lembar skala berahaskan lipatan koran yang dipangku di atas paha. Adapula penumpang yang menggunakan bartal dari kereta api sebagai alas untuk mengisi lembar skala, dan ditemui pula penumpang yang menjadikan kursi sebagai meja, saat lembar skala dibagikan peneliti menunggu di setiap gerbong bagian belakang dan mengawasi penumpang yang telah selesai mengerjakan skala dan melakukan pengecekan apakah jawaban lembar skala ada yang terlewat.

Penumpang yang tidak paham, dapat bertanya pada peneliti dan peneliti akan memberikan penjelasan mengenai maksud pernyataan tersebut, sedangkan bagi penumpang yang ragu atas jawaban yang akan diberikan peneliti memberikan alternatif jawaban yang paling mendekati, setelah skala dinyatakan memenuhi syarat, peneliti memberikan *bolpoint* yang digunakan untuk mengisi skala sebagai bentuk rasa terima kasih atas kesediaan penumpang dalam mengisi skala sekaligus sebagai cinderamata. Penelitian ini terdiri dari 80 bendel skala penelitian yang disebar kepada penumpang kereta api bisnis Fajar Utama secara keseluruhan ternyata memenuhi kriteria sehingga semua skala yang disebar dapat digunakan sebagai data penelitian.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Data yang diperoleh dari hasil penelitian, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi sebagai syarat untuk dapat dilakukan uji hipotesis. Masing-masing uji asumsi dapat dijelaskan di bawah ini.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk membuktikan bahwa data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Berdasarkan uji normalitas terhadap skala intensi menggunakan jasa transportasi kereta api diperoleh hasil $K-S Z = 0,694$ dengan signifikansi $= 0,721$, ($p > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran data menunjukkan distribusi normal.

Berdasarkan uji normalitas terhadap skala kepuasan konsumen diperoleh hasil $K-S Z = 0,660$ dengan signifikansi $= 0,777$ ($p > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran data memiliki distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji asumsi yang harus dipenuhi dalam teknik korelasi selain uji normalitas adalah uji linearitas. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji F.

Berdasarkan uji linearitas diperoleh $F_{linear} = 32,325$ dengan signifikansi $0,000$ ($p < 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan

konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api bersifat linear atau kedua variabel tersebut membentuk garis lurus.

3. Uji Hipotesis

Analisis data untuk Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Uji hipotesis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang.

Berdasarkan uji hipotesis hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,541 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang. Sumbangan efektif dari variabel intensi menggunakan jasa transportasi kereta api yang diberikan terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 29,3% ,sisanya 70,7% lainnya merupakan sumbangan dari faktor lain yang mempengaruhi intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

4. Deskripsi Data

Deskripsi data dapat digunakan untuk memberikan gambaran penting mengenai keadaan deskripsi skor skala pada kelompok subjek yang dikenai pengukuran dan berfungsi sebagai sumber informasi mengenai keadaan subjek pada variabel yang diteliti.

Skor subjek dalam kelompoknya merupakan estimasi terhadap skor subjek dalam populasi dan bahwa skor subjek dalam populasinya terdistribusi secara normal, untuk itu dapat dibuat skor teoritis yang terdistribusi secara normal. Tiga bagian berada di sebelah kiri *mean* (bertanda negatif) dan tiga bagian berada di sebelah kanan *mean* (bertanda positif) (Azwar, 2005, h.106).

Suatu distribusi normal terbagi atas enam bagian atau enam satuan deviasi standar. Tiga bagian berada di sebelah kiri *mean* (bertanda negatif) dan tiga bagian berada di sebelah kanan *mean* (bertanda positif) (Azwar, 2005, h.106). Distribusi normal kelompok subjek dalam penelitian ini dibagi atas lima bagian atau lima satuan deviasi, sehingga diperoleh $6/5 = 1,2$. Adapun norma kategorisasi yang digunakan adalah:

$\mu + 1,8\sigma < x \leq \mu + 3\sigma$	Kategori Sangat Tinggi
$\mu + 0,6\sigma < x \leq \mu + 1,8\sigma$	Kategori Tinggi
$\mu - 0,6\sigma < x \leq \mu + 0,6\sigma$	Kategori Sedang
$\mu - 1,8\sigma < x \leq \mu - 0,6\sigma$	Kategori Rendah
$\mu - 3\sigma < x \leq \mu - 1,8\sigma$	Kategori Sangat Rendah

Keterangan:

- μ : Mean hipotetik
- σ : Standar deviasi hipotetik

Tujuan dibuatnya kategorisasi adalah untuk menempatkan individu kedalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur (Azwar, 2005, h.107).

Skala Intensi menggunakan jasa transportasi kereta api terdiri dari 25 item yang terpakai, masing-masing itemnya diberi skor yang berkisar mulai 1

sampai 4. Skor terendah yang mungkin diperoleh oleh subjek pada skala ini 25 (yaitu 25×1) dan skor tertinggi adalah 100 (yaitu 25×4). Rentangan skor skala sebesar 75 (yaitu $100 - 25$) dibagi dalam lima satuan deviasi standar. Skala kepuasan konsumen terdiri dari 24 aitem yang terpakai, masing-masing aitem diberi skor yang berkisar mulai dari 1 sampai 4. Skor terendah yang mungkin diperoleh oleh subjek pada skala ini adalah 24 (yaitu 24×1) dan skor tertinggi adalah 96 (yaitu 24×4). Rentangan skor skala sebesar 72 (yaitu $96 - 24$) dibagi dalam lima satuan deviasi standar.

Berikut adalah deskripsi data dari masing-masing skala, antara lain :

a Deskripsi Data Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api.

Tabel 9
Deskripsi Skor Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	29	25
Skor Maksimum	88	100
Mean (M)	64,51	62,5
Standar Deviasi (SD)	13,075	12,5

Tabel 10
Kategorisasi Skor Subjek
Skala Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Rentang Skor	Jumlah Subjek (orang)	%	Kategorisasi
25-40	4	5	Sangat Rendah
41-55	14	17,5	Rendah
56-70	31	38,75	Sedang
71-85	29	36,25	Tinggi
86-100	2	2,5	Sangat Tinggi

Keseluruhan dari 80 subjek yang diteliti dapat diperoleh bahwa 2 subjek berada dalam kategori sangat tinggi, 29 subjek berada dalam kategori tinggi, 31 subjek berada dalam kategori sedang, 14 subjek berada dalam kategori rendah dan 4 subjek berada dalam kategori sangat rendah.

b. Deskripsi Data Skala Kepuasan Konsumen

Tabel 11
Deskripsi Skor Kepuasan Konsumen

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	28	24
Skor Maksimum	87	96
Mean (M)	61,79	60
Standar Deviasi (SD)	12,657	12

Tabel 12
Kategorisasi Skor Subjek
Skala Kepuasan Konsumen

Rentang Skor	Jumlah Subjek	%	Kategorisasi
24-38	4	5	Sangat Rendah
39-53	12	15	Rendah
54-67	37	46,5	Sedang
68-82	24	30	Tinggi
83-96	3	3,75	Sangat Tinggi

Dari 80 subjek yang diteliti dapat diperoleh bahwa 3 subjek berada dalam kategori sangat tinggi, 24 subjek berada dalam kategori tinggi, 37 subjek berada dalam kategori sedang, 12 subjek berada dalam kategori rendah, dan 4 subjek berada dalam kategori sangat rendah.

C. Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api di wilayah Semarang. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson, menunjukkan nilai r_{xy} 0,541 dengan $p= 0,000$ ($p<0,01$). Hal ini berarti terdapat korelasi yang sangat signifikan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api. Makin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin tinggi pula intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, sebaliknya makin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin rendah intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

Evaluasi yang dirasakan konsumen mengenai pelayanan jasa berkaitan dengan tingkat kepuasan konsumen, seorang konsumen akan bertindak sesuai harapan mereka. Konsumen akan dapat memenuhi harapannya terhadap kepuasan dan kemungkinan untuk membeli lagi jasa tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rust, Zahorik dan Keiningham (1995, h. 215) bahwa kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan mempunyai dampak yang dapat diukur terhadap intensi konsumen (*customer intention*), besarnya pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Meningkatnya kepuasan dapat meningkatkan intensi konsumen dan promosi positif dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*). Hal ini mengasumsikan bahwa kepuasan konsumen juga berkaitan terhadap intensi konsumen dalam menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang

industri dan jasa perlu memperhatikan kepuasan konsumen, setiap karyawan hendaknya memuaskan konsumen dengan cara mengantisipasi kebutuhan mereka.

Adanya kepuasan konsumen pada pengguna jasa kereta api diharapkan terjadi penggunaan berulang terhadap jasa transportasi kereta api. Penurunan intensi terjadi karena rendahnya fasilitas yang terdapat pada kereta api bisnis, kurangnya kenyamanan yang dirasakan penumpang saat menggunakan, merasakan, menilai, pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi kereta api.

Hasyim (2007, h.3) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara standar pelayanan kereta api dengan kepuasan konsumen di Indonesia. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen berkaitan dengan atribut yang menjadi standar pelayanan kereta api dalam meningkatkan intensi konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api. Menurut Chia (2007, h. 110) bahwa pengaruh keamanan, pelayanan, promosi, rekomendasi, mempengaruhi intensi dalam menggunakan jasa transportasi kereta api. Adanya intensi menggunakan jasa transportasi kereta api yang sering dilakukan oleh penumpang memberi gambaran akan kepuasan terhadap layanan jasa transportasi kereta api. Pernyataan tersebut sesuai pendapat Tjiptono (1996, h. 146) yang menyatakan kepuasan penumpang merupakan respon terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan hasil kinerja produk setelah pemakaian.

Berdasarkan deskripsi data diperoleh data bahwa subyek yang memiliki intensi dalam menggunakan jasa transportasi kereta api pada kategori rendah dan sangat rendah sebanyak 18 subyek, kategori sedang sebanyak 31 subyek, dan kategori tinggi dan sangat tinggi sebanyak 31 subyek. Subyek yang memiliki

kepuasan konsumen yang berada pada kategori rendah dan sangat rendah sebanyak 16 subyek, kategori sedang sebanyak 37 subyek, dan kategori tinggi dan sangat tinggi sebanyak 27 subyek, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingginya intensi menggunakan jasa transportasi kereta api berpengaruh dengan kepuasan konsumen. Hal ini dapat diketahui bahwa data kereta api bisnis semarang tawang dari tahun 2006 – 2007 yang mengalami penurunan, dan hasil penelitian ini diperoleh adanya peningkatan perbaikan kinerja, sehingga sehingga penumpang yang puas cenderung atau mempunyai intensi untuk menggunakan jasa transportasi kereta api kembali.

Temuan lain dari hasil penelitian ini adalah diperolehnya sumbangan efektif 29,3% artinya kepuasan konsumen memiliki kontribusi sebesar 29,3% terhadap intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.

Penelitian ini tidak lepas dari kelemahan-kelemahan yaitu pertama, Pembagian skala yang dibagikan oleh peneliti tanpa identitas. Kedua, subyek dalam mengisi skala banyak dipengaruhi oleh *social desirability* yaitu subyek cenderung akan menjawab berdasarkan apa yang seharusnya dan bukan apa yang sebenarnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji korelasi antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,541 dengan $p < 0,01$. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kepuasan konsumen dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, artinya makin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin tinggi pula intensi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Sebaliknya makin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen, maka makin rendah pula intensi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Kesimpulan lain yang diperoleh dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen memiliki kontribusi sebesar 29,3% terhadap intensi menggunakan jasa transportasi kereta api, dan sisanya 70,7%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak PT. KAI

PT. KAI hendaknya perlu mempertahankan atau jika perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan sehingga

konsumen merasa puas, dan dapat meningkatkan intensi konsumen untuk dapat menggunakan jasa transportasi kereta api kembali, dengan cara menanggapi kritik dan saran dari konsumen, membenahi kualitas jasa seperti: menjaga kebersihan kereta api, ketepatan jadwal kedatangan dan keberangkatan, dll. Serta meningkatkan kinerja karyawan, efisiensi operasi kereta api.

2. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengembangkan penelitian ini, dapat menambahkan variabel bebas seperti status sosial, status ekonomi, status pendidikan apakah mempengaruhi Kepuasan konsumen yang dengan intensi menggunakan jasa transportasi kereta api.



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I 2003. *Ada Apa Dengan Kereta Api Kita?* [http:// www. kompas.com/ kompas-cetak/ 0308/ 19/jendela/ 498293. htm](http://www.kompas.com/kompas-cetak/0308/19/jendela/498293.htm)
- Ajzen, I and Fishbein, M. 1980. *Understanding Attitudes and Predicties Social Behavior* : New Jersey : Prentice Hall, inc.
- Azwar, S 1998. *Sikap Mumusta, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- _____.2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____.2005. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____.2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaplin, J. P. 2001. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chia-yu, F 2007. Passenger Use Intentions For Monorail Train In Taiwan. Department Of Tourism, *Chen Journal Of Air Transport Management*. Volume 13, Issue 2, March 2007, Page 110-115. Taiwan: Shih-Hsin University.
- Cravens, D.W. 1999. *Pemasaran Strategis*. Jilid 1. Alih Bahasa: Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Fakhrudin, M. 1995. Hubungan Persepsi Mutu Layanan, Kepuasan Konsumen Dan Intensi Menggunakan Jasa Maskapai Penerbangan (Studi Lapangan Terhadap Lima Maskapai Penerbangan Nasional Berjadwal Di Indonesia). Jakarta : *Jurnal Assosiasi Psikologi Industri dan Organisasi (APIO)*.
- Firmansyah, F. 2007. *Kapal Levina 1 Terbakar, 6 Orang Tewas*. [www.mstugm.ac.id.penyusunan](http://www.tempointeraktif.com/hg. Jakarta/ 2007/02/22/brk/ 20070222-93948, id. Html,</p>
<p>Hadi, S. 1997. <i>Metodologi Research</i>. Jilid 1. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajahmada.</p>
<p>_____.2000. <i>Statistik</i>. Jilid 2. Yogyakarta: Andi Offset.</p>
<p>Hamdani, 2001. <i>Manajemen Pemasaran Jasa</i> Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.</p>
<p>_____.2006. <i>Manajemen Jasa</i>. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.</p>
<p>Hasyim, L.W. 2007. <i>Standard Pelayanan Kereta Api di Perkotaan di Indonesia Perspektif Kepuasan Konsumen</i>. <a href=)

- Hidayat, T. 2004. *Dit Udara, Darat Murah, di Laut Gerah*. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0404/24/fokus/986064.htm>.
- Hodder, R. 2006. *New York Transportation Journal*. Vol X, No 1, fall 2006. New York : Rudin Center.
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kartono, K. 2001. *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Kotler, P. 2000. *Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Alih Bahasa: Hendra Teguh. Jakarta : PT. Preshalindo.
- _____. 2003. *Analisis Quality Function Deployment*. Alih Bahasa: Sabhaini Andi Yulianto. Jakarta: PT. Preshalindo.
- Moko. 2007. *Garudaku, The Real WMD*. <http://www.community.kompas.com/index.php?Fuseaction=home.detail&id=22895§ion=92>.
- Setiawan, D. 2007. *Tawang Jaya Anjlok, 2 Orang Tewas*. 2007, <http://www.suaramerdeka.com/harian/0704/08x-nas.html>
- Shadily, H. 1989. *Kamus Bahasa Inggris – Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siwi, A.C. dan Meiyanto, S. 2002. Intensi Membeli Kosmetika Pemutih Kulit ditinjau dari Kelengkapan Informasi Produk pada Label Pemasaran. *Jurnal Psikologi*, No 2, h. 61-72. Th XXIX No 2 Desember 2002. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Gajahmada
- Smet, B. 1994. *Psikologi Kesehatan*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata. S. 2000. *Pengembangan Alat Ukur Psikologi*. Edisi 1. Cetakan 1. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F dan Djana, A. 2002 *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 1996. *Manajemen Jasa* Yogyakarta: Andi offset.
- Wahyudi, R. 2007. *PTKAI Perbesar Anggaran Sarana Sebesar Rp. 27 Miliar, 27 % Kereta Tidak Layak Digunakan*. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0703/30/jabar/11721.htm>.
- 2000, <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0003/28/metro/tren18.htm>.

2007. [http : // www. tempointeraktif.com/hg.jakarta/ 2007/02/22/brk/20070222-93948-id. html.](http://www.tempointeraktif.com/hg/jakarta/2007/02/22/brk/20070222-93948-id.html)

2007. [http: // www. community. kompas. com/ index. Php? Fuseaction : home. detail & id=22895 & section = 92](http://www.community.kompas.com/index.php?Fuseaction:home.detail&id=22895§ion=92)

2007. [http: // www. suaramerdeka.com/harian/0704/08x-nas.html.](http://www.suaramerdeka.com/harian/0704/08x-nas.html)



LAMPIRAN-LAMPIRAN



LAMPIRAN A.
SKALA UJI COBA

*A-1. SKALA INTENSI MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI KERETA API
A-2. SKALA KEPUASAN KONSUMEN*





FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, Saya mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung yang pada saat ini menempuh semester akhir dan sedang melakukan penelitian untuk skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan. Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah. Tidak ada jawaban benar atau salah sejauh itu sesuai dengan keadaan saudara yang sebenarnya. Atas kesediaan saudara meluangkan waktu untuk mengisi skala ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Ummy Kalsum A.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian jawablah dengan sungguh-sungguh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Jawablah semua nomor dan usahakan jangan ada yang terlewat.
3. Tidak ada jawaban yang dianggap salah, semua jawaban adalah benar jika diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan saat ini.
4. Pilih salah satu dari empat jawaban yang ada yang dan yang paling sesuai dengan memberi tanda "silang" (X).

SS : Sangat Sesuai dengan pernyataan yang ada

S : Sesuai dengan pernyataan yang ada.

TS : Tidak Sesuai dengan pernyataan yang ada.

STS : Sangat Tidak Sesuai dengan pernyataan yang ada.

5. Periksa kembali semua pernyataan tersebut dan pastikan telah diberi tanda (X) semua.
6. Jika anda merasa bahwa jawaban yang Anda berikan salah dan Anda ingin mengganti dengan jawaban yang lain, maka Anda dapat langsung mencoret dengan memberikan tanda dua garis horisontal (=) pada pilihan jawaban yang salah dan memberikan tanda silang (X) pada pilihan Anda yang benar atau yang baru.

Contoh: SS ✕ TS STS

 SS = ✕ TS S ✕

(Hal ini berarti bahwa saudara telah mengganti jawaban dari pilihan jawaban (S) menjadi (STS))

- Selamat Mengerjakan -

SKALA I

1. Bila bepergian, saya ingin menggunakan kereta api karena waktu perjalanan relatif singkat.

SS S TS STS

2. Saya enggan naik kereta api karena tidak bisa melihat keramaian kota-kota lain yang saya lewati.

SS S TS STS

3. Saya akan naik kereta api karena resiko kecelakaan yang terjadi tergolong kecil.

SS S TS STS

4. Saya enggan naik kereta api karena sekali terjadi kecelakaan resikonya lebih berat.

SS S TS STS

5. Saya tertarik naik kereta api karena bebas hambatan.

SS S TS STS

6. Saya enggan menggunakan kereta api karena tidak ada informasinya lewat internet.

SS S TS STS

7. Saya akan naik kereta api karena biayanya terjangkau.

SS

S

TS

STS

8. Saya enggan naik kereta api karena mesin kereta api terasa bising di telinga saya.

SS

S

TS

STS

9. Saya akan naik kereta api karena lebih aman membawa barang-barang.

SS

S

TS

STS

10. Jika bepergian, saya malas naik kereta api karena bila kereta mogok tidak ada alternatif transportasi lain.

SS

S

TS

STS

11. Saya berniat naik kereta api karena promosi atau iklan yang saya baca di surat kabar sangat menarik.

SS

S

TS

STS

12. Saya malas naik kereta api karena PTKAI tidak pernah memberikan promosi.

SS

S

TS

STS

13. Saya akan menggunakan kereta api untuk bepergian ke luar kota karena nyaman.

SS

S

TS

STS

14. Saya enggan naik kereta api bisnis karena tidak nyaman.

SS S TS STS

15. Bila bepergian, saya akan naik kereta api karena hambatan yang dilalui lebih sedikit.

SS S TS STS

16. Saya enggan naik kereta api karena kondisi rel tidak layak pakai.

SS S TS STS

17. Saya akan naik kereta api karena saya dapat menanyakan terlebih dahulu jadwal pemberangkatan lewat telepon.

SS S TS STS

18. Tetap saja saya enggan naik kereta api meskipun mendapatkan info dari teman.

SS S TS STS

19. Saya akan naik kereta api, karena dalam kereta api saya lebih bebas untuk bergerak (berjalan, duduk).

SS S TS STS

20. Saya enggan naik kereta api karena tempat duduknya banyak yang rusak.

SS S TS STS

21. Saya akan naik kereta api karena resiko keterlambatan keberangkatan jarang terjadi.

SS

S

TS

STS

22. Saya enggan naik kereta api karena sebagian gerbong tidak layak pakai.

SS

S

TS

STS

23. Saya tertarik naik kereta api karena informasi mengenai jadwal keberangkatan mudah diperoleh.

SS

S

TS

STS

24. Saya malas naik kereta api karena informasinya susah didapatkan.

SS

S

TS

STS

25. Rekomendasi dari kawan membuat saya ingin menggunakan keretaapi untuk bepergian.

SS

S

TS

STS

26. Saya enggan naik kereta api karena kebersihan dan kerapian di dalam kereta tidak terjamin.

SS

S

TS

STS

27. Saya akan naik kereta api karena keamanan langsung diawasi oleh polisi.

SS

S

TS

STS

28. Saya enggan naik kereta api karena jaminan keamanan kurang memadai.

SS

S

TS

STS

29. Saya akan naik kereta api karena jadwal pemberangkatan ada di media massa.

SS

S

TS

STS

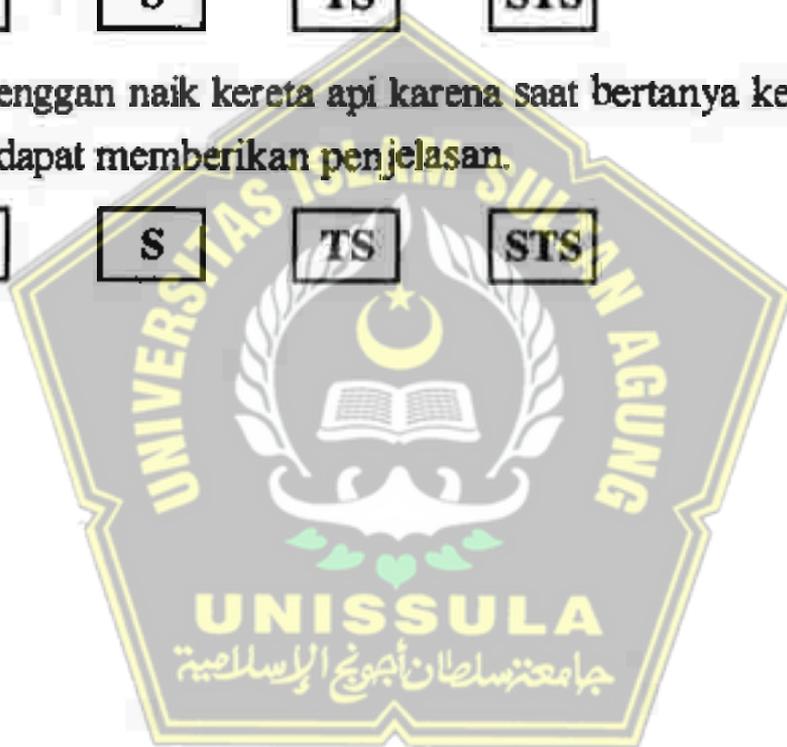
30. Saya enggan naik kereta api karena saat bertanya kepada petugas, tidak dapat memberikan penjelasan.

SS

S

TS

STS



PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian jawablah dengan sungguh-sungguh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Jawablah semua nomor dan usahakan jangan ada yang terlewat.
3. Tidak ada jawaban yang dianggap salah, semua jawaban adalah benar jika diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan saat ini.
4. Pilih salah satu dari empat jawaban yang ada yang dan yang paling sesuai dengan memberi tanda "silang" (X).

SM : Sangat Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

M : Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

TM : Tidak Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

STM: Sangat Tidak Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

5. Periksa kembali semua pernyataan tersebut dan pastikan telah diberi tanda (X) semua.
6. Jika anda merasa bahwa jawaban yang Anda berikan salah dan Anda ingin mengganti dengan jawaban yang lain, maka Anda dapat langsung mencoret dengan memberikan tanda dua garis horisontal (=) pada pilihan jawaban yang salah dan memberikan tanda silang (X) pada pilihan Anda yang benar atau yang baru.

Contoh: SM ~~X~~ TM STM

SM ~~X~~ TM ~~STM~~

(Hal ini berarti bahwa saudara telah mengganti jawaban dari pilihan jawaban (M) menjadi (STM))

- Selamat Mengerjakan -

SKALAII

1. Pelayanan pembelian tiket.

SM M TM STM

2. Kondisi lokomotif kereta api.

SM M TM STM

3. Ketepatan kedatangan kereta api.

SM M TM STM

4. Sikap dan perilaku petugas saat mengecek tiket penumpang.

SM M TM STM

5. Keindahan desain gerbong kereta api.

SM M TM STM

6. Sarana dan prasarana yang tersedia di keretaapi.

SM M TM STM

7. Kelayakkan mesin kereta api.

SM M TM STM

8. Ketepatan keberangkatan keretaapi.

SM M TM STM

9. Penjelasan petugas pelayanan mudah dimengerti.

SM M TM STM

10. Model seragam petugas kereta api.

SM M TM STM

11. Cara pelayanan pembelian dan pemesanan tiket kereta api dapat dilakukan jauh hari sebelum keberangkatan.

SM M TM STM

12. Kelayakkan rel kereta api.

SM M TM STM

13. Kebersihan dan kerapihan di dalam kereta api.

SM M TM STM

14. Kesiapsiagaan petugas teknisi dalam menangani kerusakan mesin.

SM M TM STM

15. Keindahan warna cat gerbong.

SM M TM STM

16. Sistem pembelian atau pemesanan tiket.

SM M TM STM

17. Pintu hidrolik pada kereta api.

SM

M

TM

STM

18. Sistem keamanan di dalam kereta api.

SM

M

TM

STM

19. Pelayanan yang diberikan staf kereta api sepanjang perjalanan.

SM

M

TM

STM

20. Desain restorasi yang ada di dalam kereta.

SM

M

TM

STM

21. Pelayanan terhadap pembatalan pemberangkatan.

SM

M

TM

STM

22. Kondisi tempat duduk di dalam kereta api

SM

M

TM

STM

23. Kemampuan petugas kereta api dalam memberikan informasi.

SM

M

TM

STM

24. Pemberian informasi yang diberikan petugas penerangan.

SM

M

TM

STM

25. Penataan eksterior dan interior ruangan dalam kereta api.

SM

M

TM

STM

26. Pelayanan pembelian atau pemesanan tiket pulang pergi.

SM

M

TM

STM

27. Penyelesaian masalah kecelakaan kereta api.

SM

M

TM

STM

28. Rasa tanggung jawab PTKAI.

SM

M

TM

STM

29. Pelayanan yang diberikan oleh petugas di loket.

SM

M

TM

STM

30. Penataan eksterior dan interior ruang tunggu dan tempat pembelian tiket.

SM

M

TM

STM

LAMPIRAN B
TABULASI DATA UJI COBA

- B-1. SKALA INTENSI MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI KERETA API**
B.2 SKALA KEPUASAN KONSUMEN



INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORT. ASI KERETA API- TRY OUT

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17
1	4	3	3	2	2	3	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2
2	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2	4
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2
4	3	2	3	3	3	3	2	4	3	1	4	1	2	2	1	3	2
5	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2
6	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2
11	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2
12	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2
13	3	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
14	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3
15	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2
16	3	3	2	3	3	3	1	2	3	2	3	2	3	1	1	3	2
17	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
20	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2
21	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
22	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3
23	4	4	3	4	3	4	4	2	4	2	2	2	3	3	4	3	4
24	3	2	3	2	3	4	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2
25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	1	2	3	2	3	3	3
26	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
27	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	1	3	3	3	3
28	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	2
29	2	2	3	2	4	4	4	2	4	2	2	4	2	3	4	3	3
30	2	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
31	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	4
33	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	2	4	2	4	4	3
34	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	3
35	2	2	1	2	4	3	3	4	4	1	2	3	3	2	4	3	4
36	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2	2	2	2	2	4	3	3
37	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3	4
38	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3
39	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3
40	3	3	4	4	3	4	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3
41	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	3	4
42	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	2	4	3	3	3	4

INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API- TRY OUT

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17
43	4	3	4	4	2	3	3	2	4	1	2	3	3	2	4	4	3
44	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	3
45	2	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3
47	4	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	2	3	4	3
48	4	3	3	3	4	4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3
49	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3
50	3	4	4	1	4	3	3	2	3	1	2	2	1	3	3	3	3
51	4	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4
52	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3
53	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	2	3	2	3	4	4	4
54	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
55	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3
56	3	2	4	2	3	4	3	2	4	2	1	2	2	2	3	3	2
57	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4
58	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4
59	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3
61	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2
62	4	2	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2
63	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	1	2	3	2	3	3	3
64	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	1	2	3	1	3	2	3
65	4	3	4	3	4	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3
66	3	2	4	2	4	4	2	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2
67	3	4	4	2	2	4	4	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3
68	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
69	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	1	2	3	2	4	4	3
70	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2

INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API- TRY OUT

No.	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	IMJ
1	3	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	4	2	87
2	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	98
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	82
4	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	77
5	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	71
6	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	75
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
10	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	78
11	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	70
12	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	75
13	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	3	2	2	73
14	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	80
15	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	76
16	3	3	1	1	3	3	3	3	3	1	2	2	1	69
17	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	1	62
18	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	81
19	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	1	3	85
20	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	92
21	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	74
22	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	87
23	4	2	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	98
24	3	1	3	2	3	1	2	1	2	2	2	2	3	65
25	3	2	4	4	3	4	3	3	2	2	3	2	3	84
26	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	71
27	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	87
28	3	2	4	4	3	2	2	2	1	2	3	2	2	71
29	4	2	3	3	4	3	2	1	2	3	3	2	4	86
30	4	1	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	99
31	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	92
32	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	94
33	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	103
34	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	95
35	3	2	4	3	4	3	2	3	1	3	3	2	2	82
36	4	1	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	82
37	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	101
38	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	75
39	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	84
40	4	1	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	86
41	4	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	87
42	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	98

INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API- TRY OUT

No.	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	IMJ
43	3	3	3	4	3	2	3	4	1	2	3	2	3	87
44	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	105
45	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	94
46	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	82
47	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	95
48	3	1	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	93
49	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	85
50	4	2	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	88
51	3	2	3	4	3	4	3	2	2	2	3	4	3	85
52	3	3	1	4	4	3	4	2	3	2	2	3	4	87
53	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	99
54	4	2	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	89
55	3	3	3	4	3	2	3	3	1	3	3	2	3	83
56	4	1	4	3	3	4	2	2	1	2	3	3	2	78
57	4	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	93
58	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	101
59	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	93
60	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	91
61	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	80
62	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	2	90
63	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	95
64	3	2	4	4	2	2	3	2	1	3	3	1	3	73
65	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	88
66	4	1	4	3	3	1	2	2	1	3	3	2	2	76
67	4	2	3	4	4	2	4	3	2	2	3	2	4	87
68	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	88
69	4	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	91
70	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	3	75

KEPUASAN KONSUMEN - TRY OUT

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
1	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4
2	4	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	4	2	2	4	4
3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	1	3
4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4
5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2
6	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	4
7	2	4	3	3	4	3	4	4	1	1	1	4	2	1	4	1	4
8	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3
11	3	1	3	2	4	1	4	2	4	4	2	2	3	1	3	1	3
12	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2	3	3	4
14	3	2	4	1	4	2	3	3	2	2	3	1	4	2	2	2	3
15	3	3	4	3	4	3	4	1	3	3	2	2	2	3	3	2	3
16	4	3	4	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	3	2	1
18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
19	3	1	4	4	3	3	4	3	4	3	3	1	4	2	4	3	3
20	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	4	4	4
21	3	2	2	4	3	2	4	3	2	2	3	1	3	2	1	4	3
22	3	2	2	3	4	1	4	3	1	1	3	2	2	1	2	3	3
23	2	1	2	4	2	1	4	3	1	1	3	2	2	1	3	4	2
24	1	2	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2
25	2	1	1	4	3	2	4	3	1	1	3	1	4	2	1	3	4
26	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	1	3	3
27	3	2	2	4	4	1	4	3	1	1	1	1	4	1	2	4	3
28	1	2	2	4	4	1	3	4	2	2	3	1	4	2	2	2	2
29	3	2	3	3	3	1	4	2	1	1	4	1	3	2	1	4	4
30	1	2	3	3	3	2	4	4	2	2	4	3	4	2	1	2	3
31	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
32	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
33	3	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4
34	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
35	4	3	4	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	4	2	2
36	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	1	3	3
37	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
38	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
40	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3

KEPUASAN KONSUMEN- TRY OUT

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
41	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	4	3
42	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
43	4	4	3	3	4	3	4	4	4	1	2	3	4	3	2	4	3
44	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	4
45	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
47	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3
48	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3
49	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
50	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4
51	3	3	4	3	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	3
52	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3	4	2	4	4
53	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3
54	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4
55	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
56	3	3	2	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	1	3	2
57	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3
58	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4
59	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3
61	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3
62	2	4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	2
63	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4
64	3	3	3	3	4	2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	2	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3
66	3	3	2	2	3	3	1	2	2	1	3	3	3	3	2	3	2
67	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4
68	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3
69	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3
70	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2

KEPUASAN KONSUMEN- TRY OUT

No.	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	KK
1	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	97
2	2	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	85
3	3	3	1	4	1	4	3	4	1	3	3	3	2	83
4	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	2	96
5	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	74
6	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	88
7	1	4	1	2	2	3	2	3	2	1	4	1	1	73
8	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	83
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	86
10	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	88
11	1	3	1	3	1	3	3	3	4	4	1	1	2	73
12	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	75
13	3	3	2	2	4	3	3	2	1	3	2	2	2	80
14	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	2	2	75
15	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	82
16	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	84
17	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	2	69
18	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	83
19	3	4	2	4	2	4	3	2	3	3	4	3	3	92
20	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	96
21	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	72
22	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	4	1	70
23	4	1	4	2	2	1	3	1	1	1	3	3	1	65
24	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	72
25	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	70
26	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	62
27	2	1	3	2	2	1	3	3	1	2	1	4	1	67
28	1	2	3	2	1	1	3	3	2	1	2	4	1	67
29	2	2	3	2	3	3	4	4	3	1	1	3	1	74
30	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	3	2	78
31	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93
32	3	4	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	98
33	4	4	4	4	2	2	3	2	4	2	4	4	4	101
34	4	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	4	3	96
35	1	2	3	3	4	1	2	3	3	2	4	3	4	88
36	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	4	3	80
37	4	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	3	97
38	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	73
39	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	85
40	4	4	4	2	2	4	2	2	3	3	3	4	3	92

KEPUASAN KONSUMEN - TRY OUT

No.	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	KK
41	4	3	3	3	3	1	1	2	3	2	3	3	3	88
42	3	4	3	4	3	2	3	2	4	3	3	4	3	98
43	4	4	3	3	2	1	4	3	3	2	3	4	3	92
44	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	106
45	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	98
46	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	85
47	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	98
48	3	3	4	4	2	2	4	3	4	2	3	4	3	96
49	4	3	3	3	2	2	4	2	2	3	3	3	3	83
50	3	1	3	2	2	1	2	2	1	4	3	4	3	85
51	3	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	4	3	85
52	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	90
53	3	4	4	2	1	3	4	3	3	3	2	4	2	95
54	3	3	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	4	94
55	3	4	3	3	4	2	2	3	2	3	3	4	3	84
56	3	2	4	3	2	2	1	3	2	3	2	3	3	76
57	3	4	3	3	2	3	3	4	3	2	4	3	4	100
58	4	3	3	3	2	4	4	1	4	3	4	3	4	98
59	3	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	93
60	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	3	4	3	92
61	3	2	3	3	2	2	4	2	2	4	2	3	3	79
62	4	4	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	94
63	4	3	3	4	3	3	1	4	3	2	4	3	3	96
64	3	3	3	2	2	2	1	2	4	1	2	3	3	75
65	4	3	3	2	2	1	2	3	3	2	3	3	3	86
66	4	3	4	2	2	2	3	3	4	2	4	3	3	75
67	4	2	4	4	2	2	3	2	4	2	4	4	3	94
68	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	89
69	3	4	4	3	2	2	1	4	3	2	4	4	3	94
70	3	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	3	3	73

LAMPIRAN C
UJI VALIDITAS DAN UJI
RELIABILITAS

- C-1. SKALA INTENSI MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI KERETA API
- C.2 SKALA KEPUASAN KONSUMEN



Reliability

Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api – [Putaran 1]

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	30



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	82,16	85,091	,531	,872
Y2	82,47	83,586	,673	,869
Y3	82,19	85,835	,465	,874
Y4	82,44	84,047	,551	,871
Y5	82,29	87,424	,323	,877
Y6	82,11	84,798	,578	,871
Y7	82,57	85,495	,458	,874
<u>Y8</u>	82,86	91,429	<u>,033</u>	,883
Y9	82,34	87,417	,323	,877
<u>Y10</u>	82,97	89,651	<u>,138</u>	,882
<u>Y11</u>	82,86	90,124	<u>,102</u>	,883
Y12	82,81	86,733	,400	,875
Y13	82,76	85,143	,483	,873
Y14	82,87	87,621	,391	,875
Y15	82,37	85,454	,511	,873
Y16	82,26	87,324	,508	,874
Y17	82,40	84,765	,572	,871
Y18	82,00	85,188	,570	,872
<u>Y19</u>	82,96	90,331	<u>,094</u>	,883
Y20	82,17	86,521	,366	,876
Y21	82,09	85,326	,457	,874
Y22	82,24	87,810	,373	,876
Y23	82,46	87,179	,336	,877
Y24	82,34	86,663	,512	,873
Y25	82,57	83,959	,596	,871
<u>Y26</u>	82,77	89,164	<u>,169</u>	,881
Y27	82,71	85,714	,557	,872
Y28	82,37	86,788	,454	,874
Y29	82,66	85,504	,542	,872
Y30	82,46	84,078	,617	,870

Reliability

Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api – [Putaran 2]

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	69,93	78,560	,521	,901
Y2	70,24	78,969	,676	,898
Y3	69,96	78,821	,510	,902
Y4	70,21	78,142	,496	,902
Y5	70,06	78,620	,409	,904
Y6	69,89	77,465	,644	,899
Y7	70,34	78,750	,464	,903
Y9	70,11	80,508	,336	,905
Y12	70,59	80,739	,339	,905
Y13	70,63	78,572	,477	,902
Y14	70,64	81,740	,307	,905
Y15	70,14	77,718	,606	,900
Y16	70,03	80,376	,533	,902
Y17	70,17	77,880	,612	,899
Y18	69,77	77,541	,664	,899
Y20	69,94	78,287	,483	,902
Y21	69,86	77,197	,572	,900
Y22	70,01	80,478	,429	,903
Y23	70,23	80,701	,316	,906
Y24	70,11	80,422	,463	,903
Y25	70,34	77,504	,563	,900
Y27	70,49	79,384	,524	,901
Y28	70,14	79,805	,479	,902
Y29	70,43	79,437	,487	,902
Y30	70,23	77,048	,654	,899

Reliability

Kepuasan Konsumen – [Putaran 1]

Case Processing Summary

	N	%
Cases	70	100.0
Valid ^a	70	100.0
Excluded ^b	0	.0
Total	70	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	30



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	82,03	103,043	,440	,866
X2	82,23	101,164	,530	,864
X3	82,10	102,584	,467	,866
X4	81,73	104,461	,324	,869
X5	81,80	105,403	,332	,869
X6	82,17	97,796	,567	,859
X7	81,77	108,179	,054	,874
X8	81,96	104,159	,332	,869
X9	82,29	98,671	,617	,881
X10	82,70	102,097	,421	,867
X11	82,39	108,646	,177	,872
X12	82,27	99,722	,566	,862
X13	81,77	104,382	,395	,867
X14	82,27	99,592	,577	,862
X15	82,44	103,120	,343	,869
X16	81,96	103,404	,332	,869
X17	81,94	104,258	,368	,868
X18	82,10	100,178	,404	,885
X19	82,20	98,664	,643	,861
X20	81,96	102,563	,416	,867
X21	82,33	101,528	,492	,865
X22	82,81	106,875	,197	,871
X23	82,69	106,480	,151	,874
X24	82,63	108,063	,068	,875
X25	82,44	106,308	,176	,873
X26	82,49	103,210	,375	,868
X27	82,59	104,420	,337	,869
X28	82,19	100,762	,542	,864
X29	81,91	104,080	,316	,869
X30	82,30	98,126	,679	,860

Reliability

Kepuasan Konsumen – [Putaran 2]

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	66,50	89,587	,437	,885
X2	66,70	87,228	,573	,882
X3	66,57	89,060	,473	,884
X4	66,20	90,945	,319	,886
X5	66,07	91,430	,362	,887
X6	66,64	84,349	,720	,876
X8	66,43	90,654	,327	,888
X9	66,76	86,462	,616	,880
X10	67,17	88,724	,417	,886
X12	66,74	85,324	,578	,881
X13	66,24	91,346	,348	,887
X14	66,74	85,759	,617	,880
X15	66,91	89,935	,323	,889
X16	66,43	89,785	,338	,888
X17	66,41	91,435	,309	,888
X18	66,57	85,727	,568	,882
X19	66,67	86,196	,594	,881
X20	66,43	88,712	,443	,885
X21	66,80	88,365	,476	,884
X26	66,96	90,129	,346	,888
X27	67,06	90,953	,328	,888
X28	66,66	86,663	,598	,881
X29	66,39	89,516	,385	,887
X30	66,77	84,295	,728	,877

LAMPIRAN D
SKALA PENELITIAN

- D-1. *SKALA INTENSI MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI KERETA API*
D2 *SKALA KEPUASAN KONSUMEN*



PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian jawablah dengan sungguh-sungguh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Jawablah semua nomor dan usahakan jangan ada yang terlewat.
3. Tidak ada jawaban yang dianggap salah, semua jawaban adalah benar jika diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan saat ini.
4. Pilih salah satu dari empat jawaban yang ada yang dan yang paling sesuai dengan memberi tanda "silang" (X).

SS : Sangat Sesuai dengan pernyataan yang ada.

S : Sesuai dengan pernyataan yang ada.

TS : Tidak Sesuai dengan pernyataan yang ada.

STS : Sangat Tidak Sesuai dengan pernyataan yang ada.

5. Periksalah kembali semua pernyataan tersebut dan pastikan telah diberi tanda (X) semua.
6. Jika anda merasa bahwa jawaban yang Anda berikan salah dan Anda ingin mengganti dengan jawaban yang lain, maka Anda dapat langsung mencoret dengan memberikan tanda dua garis horizontal (=) pada pilihan jawaban yang salah dan memberikan tanda silang (X) pada pilihan

Anda yang benar atau yang baru. Contoh: SS ~~X~~ TS STS

SS ~~=~~ TS ~~XS~~

(Hal ini berarti bahwa saudara telah mengganti jawaban dari pilihan jawaban (S) menjadi (STS).

- Selamat Mengerjakan -

SKALA 1

NO.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Bila bepergian, saya ingin menggunakan kereta api karena waktu perjalanan relatif singkat.				
2.	Saya enggan naik kereta api karena tidak bisa melihat keramaian kota-kota lain yang saya lewati.				
3.	Saya akan naik kereta api karena resiko kecelakaan yang terjadi tergolong kecil.				
4.	Saya enggan naik kereta api karena sekali terjadi kecelakaan risikonya lebih berat.				
5.	Saya tertarik naik kereta api karena bebas hambatan.				
6.	Saya enggan menggunakan kereta api karena tidak ada informasinya lewat internet.				
7.	Saya akan naik kereta api karena biayanya terjangkau.				
8.	Saya enggan naik kereta api bisnis karena tidak nyaman.				
9.	Saya akan naik kereta api karena lebih aman membawa barang-barang.				
10.	Saya enggan naik kereta api karena kondisi rel tidak layak pakai.				
11.	Saya akan naik kereta api karena saya dapat menanyakan terlebih dahulu jadwal pemberangkatan lewat telepon.				
12.	Saya malas naik kereta api karena PTKAI tidak pernah memberikan promoasi.				
13.	Saya akan menggunakan kereta api untuk bepergian ke luar kota karena nyaman.				
14.	Saya enggan naik kereta api karena tempat duduknya banyak yang rusak.				
15.	Bila bepergian, saya akan naik kereta api karena hambatan yang dilalui lebih sedikit.				
16.	Saya enggan naik kereta api karena sebagian gerbong tidak layak pakai.				
17.	Saya tertarik naik kereta api karena informasi mengenai jadwal keberangkatan mudah diperoleh.				
18.	Tetap saja saya enggan naik kereta api meskipun mendapatkan info dari teman.				
19.	Rekomendasi dari kawan membuat saya ingin menggunakan kereta api untuk bepergian.				
20.	Saya enggan naik kereta api karena jaminan keamanan kurang memadai.				
21.	Saya akan naik kereta api karena resiko keterlambatan keberangkatan jarang terjadi.				
22.	Saya malas naik kereta api karena informasinya susah didapatkan.				
23.	Saya akan naik kereta api karena jadwal pemberangkatan ada di media massa.				
24.	Saya enggan naik kereta api karena saat bertanya kepada petugas, tidak dapat memberikan penjelasan.				
25.	Saya akan naik kereta api karena keamanan langsung diawasi oleh polisi.				

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan-pernyataan pada lembar berikut, kemudian jawablah dengan sungguh-sungguh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Jawablah semua nomor dan usahakan jangan ada yang terlewat.
3. Tidak ada jawaban yang dianggap salah, semua jawaban adalah benar jika diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan saat ini.
4. Pilih salah satu dari empat jawaban yang ada yang paling sesuai dengan memberi tanda "silang" (X).

SM : Sangat Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

M : Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

TM : Tidak Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

STM : Sangat Tidak Memuaskan dengan pernyataan yang ada.

5. Periksa kembali semua pernyataan tersebut dan pastikan telah diberi tanda (X) semua.
6. Jika anda merasa bahwa jawaban yang Anda berikan salah dan Anda ingin mengganti dengan jawaban yang lain, maka Anda dapat langsung mencoret dengan memberikan tanda dua garis horizontal (=) pada pilihan jawaban yang salah dan memberikan tanda silang (X) pada pilihan Anda yang benar atau yang baru. Contoh:

SM X TM STM
SM = TM ~~STM~~

(Hal ini berarti bahwa saudara telah mengganti jawaban dari pilihan jawaban (M) menjadi (STM).

- Selamat Mengerjakan -

SKALA 2

NO.	PERNYATAAN	SM	M	TM	STM
1.	Pelayanan pembelian tiket.				
2.	Kondisi lokomotif kereta api.				
3.	Ketepatan kedatangan kereta api.				
4.	Sikap dan perilaku petugas saat mengecek tiket penumpang.				
5.	Keindahan desain gerbong kereta api.				
6.	Sarana dan prasarana yang tersedia di kereta api.				
7.	Kelayakkan rel kereta api.				
8.	Ketepatan keberangkatan kereta api.				
9.	Penjelasan petugas pelayanan mudah dimengerti.				
10.	Model seragam petugas kereta api.				
11.	Sistem pembelian atau pemesanan tiket.				
12.	Pintu hidrolik pada kereta api.				
13.	Kebersihan dan kerapian didalam kereta api.				
14.	Kesiapsiagaan petugas teknis dalam menangani kerusakan mesin.				
15.	Keindahan warna cat gerbong.				
16.	Pelayanan terhadap pembatalan pemberangkatan.				
17.	Penyelesaian masalah kecelakaan kereta api.				
18.	Sistem keamanan di dalam kereta api.				
19.	Pelayanan yang diberikan staf kereta api sepanjang perjalanan.				
20.	Desain restorasi yang ada di dalam kereta.				
21.	Pelayanan pembelian atau pemesanan tiket pulang pergi.				
22.	Rasa tanggung jawab PTKAI.				
23.	Pelayanan yang diberikan oleh petugas di loket.				
24.	Penataan eksterior dan interior ruang tunggu dan tempat pembelian tiket.				



LAMPIRAN E

TABULASI DATA PENELITIAN

E-1. SKALA INTENSI MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI KERETA API

E2 SKALA KEPUASAN KONSUMEN



INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API- PENELITIAN

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17
1	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	3
2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2
3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2
6	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2
7	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3
13	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
14	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2
15	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2
16	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2
17	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2
18	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1
19	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
20	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
22	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3
23	3	3	3	2	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3
24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
25	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
26	3	2	3	1	3	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	4	2
27	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3
29	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3
30	3	2	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2
31	3	3	4	2	3	3	4	3	2	1	2	2	3	2	4	4	4
32	4	4	4	1	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	2
33	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4
34	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3
35	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
36	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
37	3	4	3	2	4	3	4	3	2	3	2	2	1	2	4	3	3
38	3	3	4	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1
39	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3
40	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2

INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORT ASIKERETA API-PENELITIAN

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17
41	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
42	3	3	4	1	3	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	2
43	3	4	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
44	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4
45	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	2	3	3
46	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
47	3	4	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	3	3
48	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
50	3	3	3	1	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
51	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3
52	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	4	3	3
53	3	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	2
54	1	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
55	1	2	1	1	4	1	1	2	1	2	1	4	1	4	1	1	2
56	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
57	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	2
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
59	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3
60	1	2	1	2	3	2	1	1	1	2	2	3	2	1	2	1	2
61	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	4	1	4	4
63	2	2	2	1	3	1	3	1	3	1	2	3	1	3	2	3	3
64	1	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2
65	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	3	2
66	3	2	2	1	3	1	3	2	2	3	2	3	3	1	3	3	3
67	2	3	2	1	3	1	2	2	1	2	3	2	2	3	2	4	4
68	1	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3
69	4	2	3	3	3	1	4	2	3	3	2	2	4	4	2	3	2
70	3	2	4	1	3	2	4	1	3	1	1	4	4	1	2	4	4
71	4	1	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	1
72	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1	1	4	4
73	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3
74	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	1
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2
76	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	4	4
77	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1
78	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	2	4
79	4	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	4	2
80	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	1

INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API- PENELITIAN

No.	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	IMJ
1	3	4	2	3	1	3	3	2	62
2	3	2	2	3	2	3	2	2	60
3	2	3	2	2	2	2	2	2	55
4	2	3	2	2	2	2	2	2	58
5	2	3	3	2	2	3	2	2	60
6	2	2	2	2	2	2	2	2	56
7	1	2	2	2	2	2	2	2	46
8	2	3	2	2	2	2	2	2	63
9	3	3	3	3	3	3	3	3	75
10	3	3	3	3	3	3	3	3	75
11	3	3	3	3	3	3	3	3	75
12	3	3	3	3	2	1	3	2	64
13	3	3	3	3	2	2	2	3	59
14	3	3	3	3	3	2	3	2	62
15	3	2	3	3	3	2	2	3	60
16	3	4	3	2	3	2	3	2	67
17	3	3	3	3	2	2	3	2	64
18	2	3	2	3	2	3	1	1	60
19	2	2	2	3	2	2	2	2	52
20	3	2	3	3	3	3	3	3	71
21	3	2	3	3	3	3	2	3	73
22	3	3	4	4	3	3	3	2	79
23	2	2	2	2	3	2	2	2	63
24	3	4	3	2	3	2	3	3	72
25	2	4	2	2	2	3	3	4	82
26	2	1	1	2	2	1	2	3	54
27	3	4	1	1	2	3	2	3	72
28	2	2	2	2	2	3	2	3	68
29	3	4	3	2	2	1	3	3	73
30	2	3	1	3	2	2	2	2	61
31	2	4	2	2	4	2	3	4	72
32	4	3	3	3	3	4	3	4	85
33	3	3	3	3	3	3	3	3	76
34	3	4	3	2	4	3	2	3	78
35	2	2	2	3	2	4	2	4	85
36	2	3	2	3	2	4	3	4	80
37	4	4	1	2	3	3	2	4	71
38	1	3	2	2	2	2	2	4	68
39	2	4	2	3	4	3	3	3	85
40	2	3	2	2	2	1	2	3	63



INTENSI MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI KERETA API-PENELITIAN

No	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	BJ
41	2	2	3	2	2	2	3	3	69
42	2	2	4	2	2	3	3	3	73
43	3	3	1	1	2	3	3	3	73
44	2	3	2	3	2	4	3	3	82
45	2	4	1	2	3	3	2	4	76
46	3	4	3	4	4	3	2	4	88
47	3	2	2	3	3	3	4	4	77
48	3	2	3	2	2	2	2	3	68
49	2	3	2	3	3	3	2	3	81
50	2	3	2	3	3	4	2	3	78
51	2	3	2	2	2	2	3	3	71
52	2	3	1	2	2	1	3	3	73
53	2	3	2	2	3	2	2	3	71
54	4	4	2	2	3	3	3	1	64
55	1	1	1	3	4	1	1	1	43
56	2	2	2	3	2	2	2	2	53
57	1	2	1	3	1	2	2	1	39
58	2	2	2	2	3	2	2	2	52
59	1	1	2	1	1	1	1	2	47
60	1	2	1	1	1	1	1	1	38
61	1	1	1	2	1	1	1	1	41
62	4	1	1	1	4	1	1	1	43
63	3	2	1	3	3	2	1	4	55
64	3	1	2	3	3	2	1	1	48
65	1	4	2	3	1	2	1	1	57
66	3	2	2	4	4	3	3	2	63
67	2	2	2	3	2	3	2	1	56
68	3	3	3	3	3	2	2	4	60
69	2	2	4	2	1	4	3	3	68
70	4	4	3	3	1	3	2	4	68
71	3	3	2	3	2	2	2	2	61
72	4	4	4	4	1	4	1	4	70
73	2	2	4	2	2	3	3	3	62
74	2	2	4	1	1	3	1	1	42
75	2	2	2	2	1	2	1	1	38
76	4	3	3	4	4	4	2	4	87
77	1	1	1	1	1	1	1	1	29
78	4	4	3	2	4	4	2	3	82
79	2	4	2	4	1	2	2	1	57
80	2	3	3	3	3	2	2	3	67



KEPUASAN KONSUMEN - PENELITIAN

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
1	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	4
2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2
3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
5	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	4	2	4	3	2	2	3
6	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
7	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2
8	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
9	2	1	4	1	4	1	4	1	2	2	2	2	2	4	3	3	4
10	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2
11	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
12	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4
13	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	2	3	3	1	3	2	4
14	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3
15	3	2	3	3	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3
16	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	3	2	4	1	4
17	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3
19	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3
20	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3
21	4	2	4	3	3	3	4	2	4	2	2	3	3	1	4	4	3
22	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
23	3	2	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3
24	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	4
25	2	1	3	4	2	4	1	4	2	2	4	3	2	1	2	4	2
26	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	4	3
27	4	2	1	3	4	2	2	3	2	2	3	3	2	1	1	4	3
28	4	1	2	4	3	2	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	4
29	3	2	1	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
30	4	2	2	2	2	1	2	3	2	1	3	3	1	2	2	4	4
31	3	2	1	4	4	2	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3
32	4	2	1	2	3	2	2	4	2	2	4	2	1	2	3	3	3
33	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
34	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3
35	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	4
36	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4
37	3	4	4	2	2	1	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3
38	3	2	1	3	3	3	3	3	1	1	3	2	4	3	3	3	4
39	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4
40	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3

KEPUASAN KONSUMEN- PENELITIAN

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
41	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
42	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	4	2	3	3	3	4	4
43	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	3
44	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4
45	4	3	2	4	3	4	4	3	3	2	3	2	4	4	3	3	4
46	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
47	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
48	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
49	4	3	2	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4
50	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4
51	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3
52	3	3	2	3	4	4	1	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4
53	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4
54	1	2	1	2	1	1	4	1	4	1	1	1	4	1	1	1	1
55	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4
56	2	3	2	1	2	2	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	2
57	1	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2	3	2	2	2
58	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
59	3	3	3	2	3	2	2	4	4	2	4	3	1	4	3	2	2
60	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
61	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3
62	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	1	4	4
63	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2
64	3	1	4	1	3	1	4	4	1	2	4	4	1	3	2	4	4
65	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2
66	4	2	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	3
67	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	3	2	1	3	1	2	2
68	2	1	3	3	2	2	4	2	2	2	2	4	1	2	2	2	4
69	2	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	1	2	2	2	1
70	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3
71	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	4	4	2	4	4
72	1	1	1	1	1	2	3	1	4	1	1	4	4	1	1	4	1
73	3	1	1	3	4	2	3	1	3	3	1	3	3	3	1	3	2
74	3	3	1	1	2	2	3	3	1	2	2	3	1	2	1	1	4
75	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2	1	3	3	2	1	3	1
76	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
77	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2
78	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
79	2	2	1	1	2	2	3	1	3	2	1	3	1	1	1	1	1
80	1	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	1	3	1	1	1	2

KEPUASAN KONSUMEN - PENELITIAN

No.	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	KK
1	2	3	2	1	2	2	2	58
2	2	3	2	2	2	3	2	61
3	3	2	3	4	4	4	2	60
4	2	2	2	2	2	2	2	49
5	3	2	2	2	2	2	2	60
6	2	2	2	2	2	2	2	53
7	2	2	2	4	2	2	2	46
8	3	3	4	3	3	2	3	72
9	3	4	4	1	1	1	4	60
10	3	3	3	3	3	3	3	66
11	3	3	3	3	2	3	3	68
12	3	3	3	2	3	2	3	73
13	1	4	2	4	4	2	2	57
14	3	3	2	2	2	2	2	62
15	3	4	2	3	2	2	2	67
16	2	3	2	2	2	3	1	59
17	4	4	1	2	3	2	2	65
18	2	3	2	4	2	2	3	69
19	2	2	3	2	3	2	2	55
20	2	3	3	3	3	2	2	66
21	3	4	3	4	3	3	1	72
22	3	3	4	3	3	2	3	78
23	2	4	3	2	2	3	1	58
24	1	4	3	1	1	3	2	57
25	1	4	3	1	1	3	2	58
26	2	3	4	2	2	3	3	69
27	2	4	3	2	4	3	1	57
28	3	4	3	1	1	1	1	57
29	2	2	2	2	2	3	1	50
30	2	4	4	4	2	3	1	56
31	1	4	2	2	1	4	1	61
32	2	4	4	2	2	4	3	63
33	2	3	3	2	3	4	3	75
34	4	3	4	3	3	3	3	79
35	4	2	3	4	4	4	3	83
36	3	4	3	3	3	3	3	78
37	4	3	4	3	1	3	3	71
38	3	3	3	3	2	2	4	65
39	3	4	4	3	2	3	3	81
40	3	2	3	2	2	2	2	60



KEPUASAN KONSUMEN - PENELITIAN

No.	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	KK
41	3	3	3	3	3	3	3	69
42	3	3	3	3	3	2	2	74
43	3	4	4	3	2	3	3	74
44	3	3	4	4	3	3	4	80
45	3	4	4	4	1	2	3	76
46	4	4	4	3	2	4	4	87
47	3	3	4	3	3	3	4	79
48	3	3	3	3	3	3	3	70
49	3	4	3	4	2	3	3	80
50	3	3	4	3	2	3	4	79
51	3	3	3	3	3	3	2	68
52	3	3	3	4	3	2	3	71
53	3	3	4	2	2	2	3	69
54	1	3	1	4	1	1	2	41
55	2	2	4	4	3	3	2	65
56	2	4	1	3	1	3	2	59
57	2	3	1	3	1	2	2	54
58	3	3	2	1	2	3	3	57
59	4	2	3	3	1	4	2	66
60	1	1	1	1	1	1	2	28
61	2	3	2	2	2	3	3	60
62	4	4	1	4	1	4	1	66
63	4	2	1	2	2	2	2	56
64	3	3	1	3	2	4	1	63
65	2	2	1	1	1	1	1	37
66	3	4	4	4	3	4	3	83
67	4	1	1	1	1	1	1	40
68	2	4	2	3	2	2	2	56
69	2	2	1	2	1	2	4	50
70	3	3	3	3	3	4	3	65
71	3	2	3	3	4	4	3	76
72	1	1	1	1	1	1	1	39
73	1	3	1	3	1	3	1	51
74	2	3	2	3	3	3	3	53
75	2	3	1	3	1	2	2	46
76	2	3	2	3	2	2	2	49
77	1	3	1	2	2	1	1	35
78	2	2	2	2	2	2	2	49
79	2	1	2	3	2	2	2	42
80	1	1	2	3	2	1	1	37



LAMPIRAN F
ANALISIS DATA

F-1. UJI NORMALITAS

F-2. UJI HIPOTESIS

F-3. HISTOGRAM



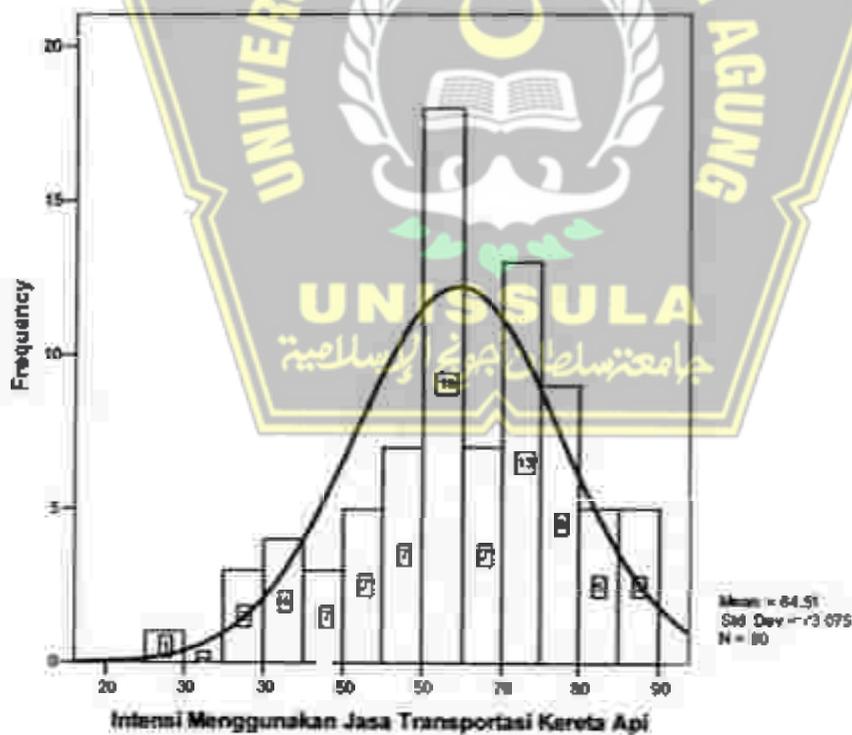
Uji Normalitas

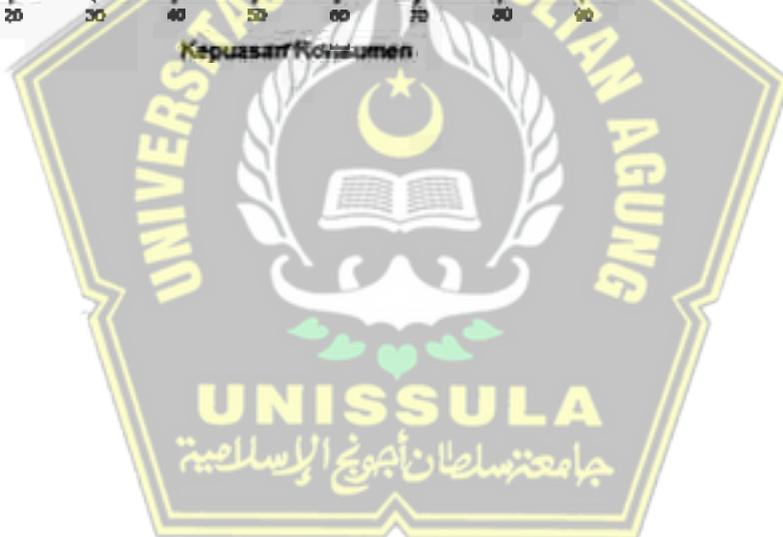
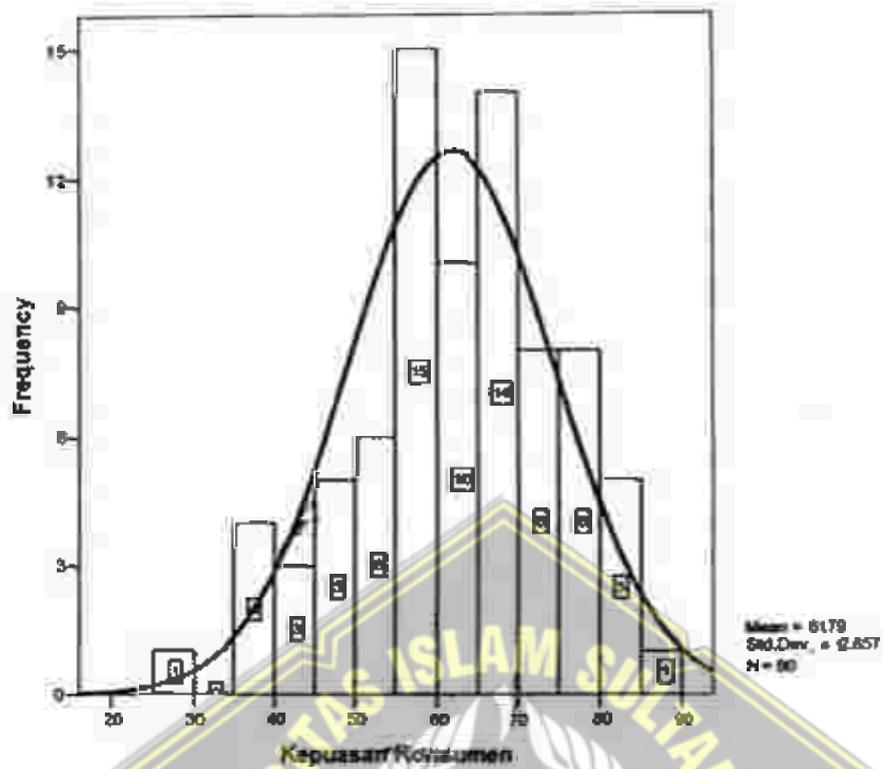
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	Kepuasan Konsumen
N		80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	64,51	61,79
	Std. Deviation	13,075	12,657
Most Extreme Differences	Absolute	,078	,074
	Positive	,050	,044
	Negative	-,078	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		,694	,660
Asymp. Sig. (2-tailed)		,721	,777

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.





Uji Linearitas

Curve Fit

Case Processing Summary

	N
Total Cases	80
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value on any variable are excluded from the analysis.

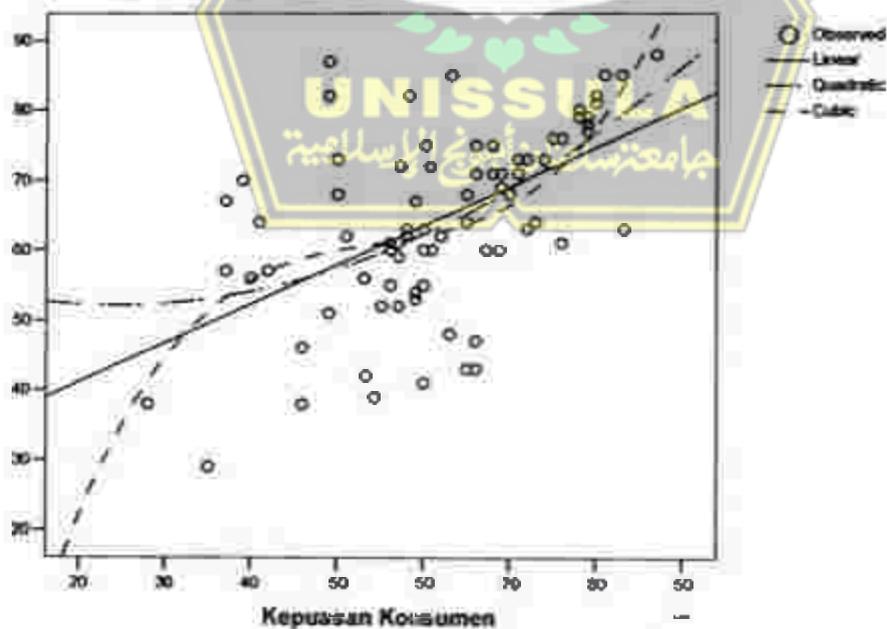
Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api

Equation	Model Summary					Parameter Estimates			
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2	b3
Linear	,293	32,325	1	78	,000	29,952	,559		
Quadratic	,308	17,133	2	77	,000	56,757	-,381	,008	
Cubic	,339	12,973	3	76	,000	-74,091	6,992	-,124	,001

The independent variable is Kepuasan Konsumen.

Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api



Correlations

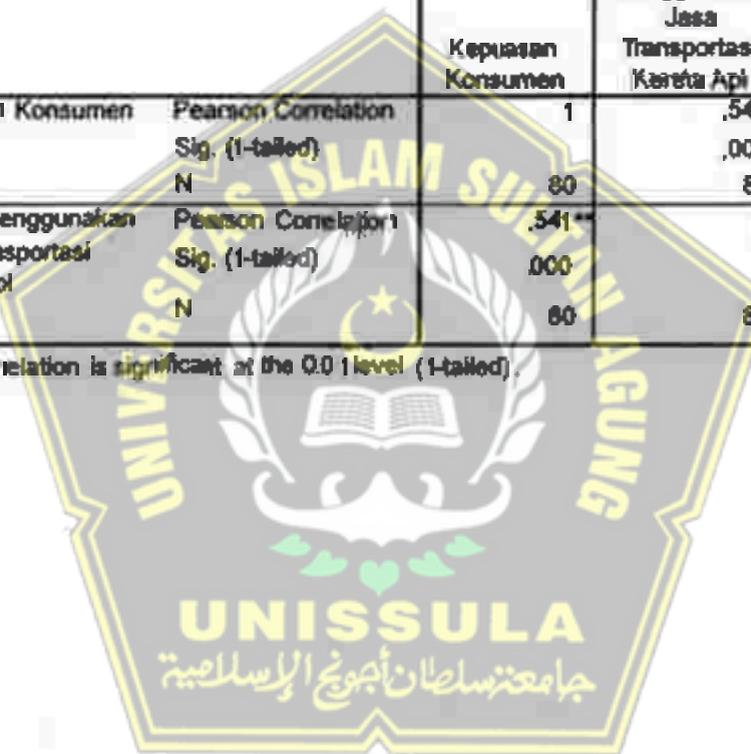
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	61,79	12,657	80
Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	64,51	13,075	80

Correlations

		Kepuasan Konsumen	Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	,541**
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	80	80
Intensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api	Pearson Correlation	,541**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).



LAMPIRAN G
SURAT-SURAT PENELITIAN

1. SURAT IJIN PENELITIAN
2. SURAT BUKTI PENELITIAN





PT. KERETA API (Persero)



Nomor : DL.001/IV/12/DIV-2007 Semarang, 23 April 2007
Lampiran : Kepada
Perihal : Ijin Penelitian Yth. Wakil Dekan I
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung
d
SEMARANG

1. Menunjuk Surat Saudara Nomor : 0102/A.1/Psi-SA/IV/2007 tanggal 10 April 2007 perihal tersebut pada pokok surat, diberitahukan dengan hormat bahwa pada prinsipnya kami bersedia menerima mahasiswa Saudara untuk melakukan penelitian dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Nama : UMMY KALSUM A.
NIM : 072030502
b. Prog. Studi :
c. Sekolah : Universitas Islam Sultan Agung Semarang
d. Waktu : Bulan Mei.d. Juni 2007
f. Tempat : Stasiun Besar Semarang tawang
Daerah Operasi IV Semarang.

2. Selanjutnya setelah selesai melaksanakan penelitian, mahasiswa menyusun laporannya dan satu set disampaikan kepada PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi IV Semarang c.q. Kepala Sub Seksi Sumber Daya Manusia.

3. Demikian harap menjadikan periksa dan terima kasih.

UNISSULA

جامعة سلطان أبجوع الإسلامية



Tembusan:

1. Kepala Stasiun Besar Semarang tawang.
2. Arsip.

DAERAH OPERASI IV SEMARANG

Jalan MH. Thamrin No. 3 Semarang 50132, Telp. (024) 3544606, Fax. (024) 3544606



PT. KERETA API (Persero)



SURAT - KETERANGAN

Nomor : DL.001/II/05/D.IV-2008

Menerangkan bahwa :

Nama : UMMY KALSUM A.
NIM : 072030502
Jurusan : Psikologi
Sekolah : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

telah selesai melaksanakan penelitian/riset di lingkungan PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi IV Semarang/di atas KA Bisnis Fajar Utama Jurusan Stasiun Semarang Tawang – Pasar Senen, pada tanggal 2 s.d. 8 Pebruari 2008 dan yang bersangkutan telah melaksanakan kewajibannya sebagai berikut :

1. Patuh dan taat pada tata tertib serta peraturan yang berlaku di PT. Kereta Api (Persero).
2. Menanggung segala beban / biaya yang dibutuhkan berupa bahan praktek, akomodasi dan beban/biaya lain untuk menunjang pelaksanaan penelitian/riset yang dilakukan.
3. Mengembalikan alat, buku dan lain – lain milik PT. Kereta Api (Persero) yang dipinjam selama melaksanakan penelitian/riset.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 11 Pebruari 2008

UNISSULA

سلطان أبجوع الإسلامية

a. n. KADAOP IV SEMARANG
KASI SDM & UMUM

