

## MOTTO

- ... *Kau memperoleh kekuatan, keberanian dan rasa percaya diri dari setiap pengalaman yang membuatmu berhenti sejenak untuk menghadapi rasa takutmu. .. Kau dapat berkata pada dirimu sendiri, :” Aku telah tabah menghadapi kengerian ini, Aku pasti mampu menghadapi hal berikutnya”. (Eleanor Roosevelt).*
- ... *Allahlah yang menghendaki segala sesuatu, manusia hanya berusaha & berdoa. Yak inilah Allah bersama orang-orang yang bertawakal....*
- ... *Hanya penderitaan hidup yang mengajarkan manusia untuk menghargai kebaagiaan dan kebaikan serta kebagusan hidup. ... (Hadits)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Kupersembahkan Skripsiku ini kepada:**

*Satu-satunya jalan kebenaran " Allah SWT Dan RasulNya. Serta kepada orang-orang yang*

*aku kasih :*

- *Ina' tuan, Hj. Nurul Marhamah tercinta, Makasih atas segala doa, kasih sayang, nasihat, kesabaran, perhatian dan motivasi yang tiada henti. Aku kan selalu berusaha buat ina' bangga dan kelak ina' bisa tersenyum melihatku menjadi seperti yang ina' inginkan.*
- *Mamiq, H. Muh. Chaerudin, Makasih telah mengisi kekosongan kalbuku dengan ilmu-ilmu yang telah engkau berikan. Tanpa nasehat dan pengorbananmu aku ga bisa seperti sekarang ini.*
- *Semua kakak-kakakku, Terima kasih atas doa dan dorongannya. Kalian adalah kakak terbaik yang selalu menuntunku dengan canda, tawa, dan tangismu. Aku bangga mempunyai kalian.*
- *Ninikku tersayang. Irham selalu ingin melihatmu tersenyum. Dendek kereng-kereng sili geh?.*

Penulis hanya mampu berdoa semoga ketulusan dan keikhlasan tersebut mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga karya ini dapat bermanfaat Bagi kita semua. Amin.. Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penyusunan laporan ini sangat penulis harapkan.

Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin...

Wassalamualikum Wr.Wb.



Yogyakarta, 03 Mei 2006

Penulis

Irham Rasyidi

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
1. Rekapitulasi data hasil jawaban 100 responden .....	113
2. Hasil analisis Fisbhein .....	116
3. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas .....	118
4. Hasil Uji Chi Square .....	120



c. Kenyamanan : meliputi kebersihan baik itu ruangan, tempat duduk maupun tempat penyimpanan barang, serta kenyamanan tempat duduk penumpang.

d. Fasilitas : meliputi fasilitas hiburan, selimut, restorasi, dan toilet.

2. Konsumen atau responden yang diteliti adalah setiap orang yang memakai jasa bus Safari Dharma Raya.
3. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden.

#### 1.4 TUJUAN PENELITIAN

Bertitik tolak pada rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji sikap konsumen terhadap jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya.
2. Untuk menentukan sikap konsumen terhadap produk jasa pada PO. Safari Dharama Raya berdasarkan atribut pelayanan, keamanan, kenyamanan dan fasilitas.

#### 1.5 MANFAAT PENELITIAN

- 1 Manfaat bagi Perusahaan

Hasil ini dapat bermanfaat untuk menentukan kebijaksanaan dimasa yang akan datang dan diharapkan dapat memberikan pertimbangan didalam pemecahan masalah yang dihadapi dan digunakan untuk mengevaluasi segala kebijaksanaan yang dapat meningkatkan kualitas produknya sesuai dengan keinginan konsumen.

## 2. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk mengetahui bagaimana menerapkan ilmu pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah pada praktek perusahaan sesungguhnya.

## 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai sumber informasi bagi penelitian lebih lanjut.



#### 4). Empaty (emphaty)

Memperhatikan konsumen secara individu. Perusahaan yang karyawannya mengenal konsumennya sebaiknya memanggil mereka dengan namanya, dan belajar memahami tuntutan konsumen.

#### 5). Berwujud (tangibles)

Merupakan bukti fisik dari jasa. Bagian nyata dari jasa meliputi fasilitas fisik, perkakas, dan peralatan yang digunakan untuk menghasilkan jasa.

### 2.2.5 Perilaku Konsumen

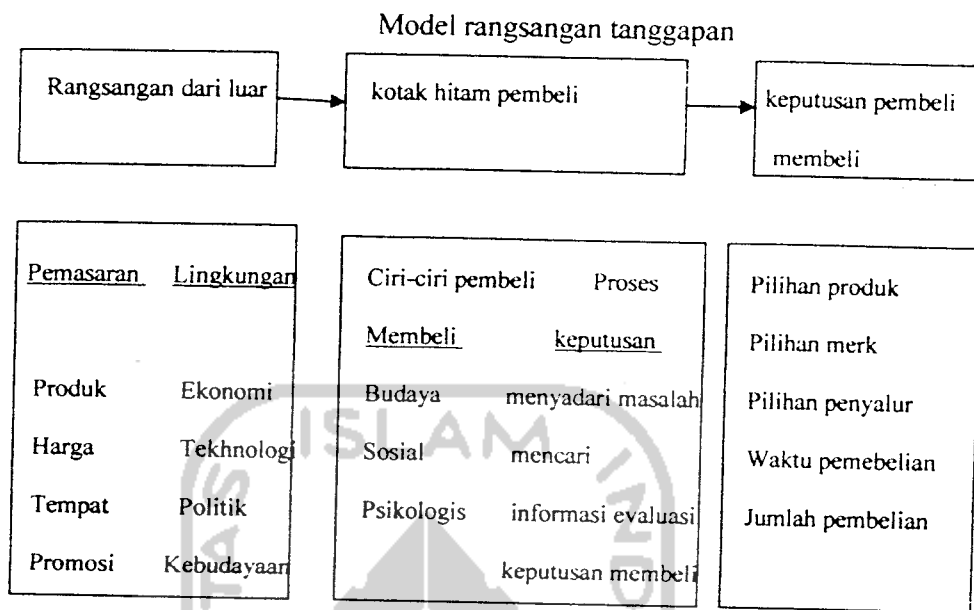
Memahami dan mempelajari perilaku konsumen adalah sangat penting dilakukan oleh perusahaan mengingat semakin maju dan berkembangnya usaha perekonomian dan teknologi. Maka dalam menentukan jenis produksi atau jasa selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan yang lebih dikenal dengan perilaku konsumen.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut :

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Basu swasta dan T Hani handoko,2000:10)

Dengan analisa perilaku konsumen ini, akan membantu manajer sehingga manajer mempunyai pandangan yang lebih luas. Dengan ini, manajer akan mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen.

Gambar 2-2



Gambar 2-2 tersebut menunjukkan rangsangan pemasaran dan diikuti oleh rangsangan lain yang masuk kedalam “kotak hitam pembeli” dan menghasilkan tanggapan pembeli. Rangsangan disebelah kiri terdiri dari dua jenis rangsangan yaitu rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan. Rangsangan pemasaran terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Sedangkan rangsangan lingkungan terdiri dari kekuatan dan peristiwa utama yang terjadi dilingkungan makro pembeli yang meliputi ekonomi, teknologi, politik dan kebudayaan. Seluruh rangsangan ini melewati kotak hitam pembeli dan menghasilkan keputusan pembelian dari pembeli, seperti terlihat disebelah kanan yaitu, pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.



f. Persistensi Sikap (*persistence*)

Persistensi adalah karakteristik sikap yang menggambarkan bahwa sikap akan berubah karena berlalunya waktu.

g. Keyakinan Sikap (*confidence*)

Keyakinan adalah kepercayaan konsumen mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya.

h. Sikap dan Situasi

Sikap seseorang terhadap suatu obyek seringkali muncul dalam konteks situasi. Ini artinya situasi akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu obyek.

2.2.6.2 Ciri-ciri Sikap

Sikap menentukan jenis atau tabiat tingkah laku dalam hubungannya dengan perangsang yang relevan, orang-orang atau kejadian-kejadian. Dapatlah dikatakan bahwa sikap merupakan factor internal, tetapi tidak semua factor internal adalah sikap.

Adapun ciri-ciri sikap adalah sebagai berikut :

a. Sikap itu dipelajari (*learnability*)

Sikap merupakan hasil belajar. Ini perlu dibedakan dengan motif-motif psikologi lainnya.

b. Sikap dapat berubah-ubah

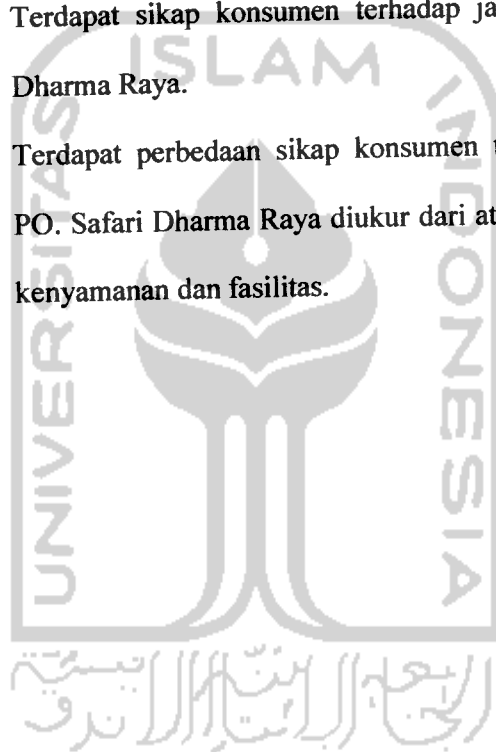
Sikap dapat berubah-ubah bila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempengaruhi sikap terhadap orang lain.

### 2.2.8 HIPOTESIS

Hipotesis adalah dugaan yang mungkin benar atau juga salah. Penolakan dan penerimaan hipotesis dengan begitu sangat tergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta-fakta yang dikumpulkan ( Hadi, 1996).

Adapun hipotesis yang diajukan dan diuji kebenarannya dalam skripsi ini adalah :

1. Terdapat sikap konsumen terhadap jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya.
2. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap produk jasa pada PO. Safari Dharma Raya diukur dari atribut pelayanan, keamanan, kenyamanan dan fasilitas.



##### 5. Menentukan kesimpulan

Terima  $H_0$  jika  $X^2_{hitung} \leq X^2_{tabel}$  berarti tidak terdapat perbedaan sikap konsumen pemakai jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya berdasarkan karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan usia.

Tolak  $H_0$  jika  $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$  berarti terdapat perbedaan sikap konsumen pemakai jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya berdasarkan karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan usia.



Tabel 4.5  
Hasil Uji Reliabilitas

Atribut	Koefisien Alpha Cronbach	Critical Value	Keterangan
Pelayanan	0,8305	0,6	Reliabel
Keamanan	0,8066	0,6	Reliabel
Kenyamanan	0,6223	0,6	Reliabel
Fasilitas	0,7410	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2006 (Lampiran 3)

Dari tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa seluruh atribut yang terdiri dari atribut pelayanan, keamanan, kenyamanan dan fasilitas mempunyai koefisien Alpha Cronbach yang lebih besar dari nilai kritis (0,6). Dengan demikian kuesioner ini telah memiliki tingkat keandalan, artinya hasil perolehan data ini akan konsisten apabila dilakukan pengukuran pada waktu yang berbeda.

#### 4.2. Analisis Deskriptif

Analisis ini mengemukakan data-data konsumen seperti karakteristik konsumen yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan serta penilaian sikap konsumen terhadap atribut pada jasa transportasi PO. SAFARI DHARMA RAYA.

##### 4.2.1. Analisis Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Sedangkan pada atribut fasilitas merupakan atribut yang terendah disikapi oleh konsumen pengguna jasa transportasi bus PO.SAFARI DHARMA RAYA. Untuk itu bagi pengelola jasa transportasi sebaiknya mengevaluasi lagi tentang fasilitas yang selama ini telah disediakan. Hal ini terbukti bahwa sikap konsumen terhadap fasilitas masih dirasa kurang memuaskan. Salah satu faktor penyebabnya adalah banyaknya persaingan bisnis yang sama dengan menawarkan fasilitas yang lengkap, bahkan terdapat beberapa pengelola jasa transportasi yang menyediakan jasa antar jemput bagi setiap konsumennya baik yang jaraknya dekat maupun di luar kota.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesisi kedua, terbukti bahwa terdapat perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik responden. Perbedaan tersebut meliputi pelayanan berdasarkan tingkat pendidikan. Perbedaan sikap terjadi juga pada atribut keamanan berdasarkan jenis pekerjaan, atribut kenyamanan berdasarkan jenis kelamin dan atribut fasilitas berdasarkan jenis kelamin dan penghasilan.

Penemuan ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola jasa transportasi bus PO. SAFARI DHARMA RAYA, bahwa sebaiknya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen baik berupa pelayanan, keamanan, kenyamanan dan fasilitas hendaknya memperhatikan perbedaan karakteristik responden. Pihak jasa transportasi juga sadar bahwa konsumen yang menggunakan jasa transportasi berasal dari kelompok yang majemuk. Hal ini dilakukan agar kualitas pelayanan yang diberikan selama ini dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dari berbagai karakteristik yang ada.

memberikan penilaian sikap yang berbeda-beda. Untuk itu pihak pengelola PO. SAFARI DHARMA RAYA lebih meningkatkan keempat atribut tersebut dengan mengacu pada kepuasan konsumen berdasarkan karakteristiknya. Langkah yang sebaiknya dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan jaminan keamanan, meningkatkan kenyamanan armada yang digunakan, dan melengkapi fasilitas yang ada disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.



- Negara, A.A. Anwar Prabu Mangku (1998). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Bandung : PT. Eresco.
- Peter, J.P. Jerry C. Olsen (1999). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi IV. Jakarta : Erlangga.
- Stanton, William. J. (1985). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Sumarwan, Ujang (2002). *Perilaku Konsumen "Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran"*. Edisi I. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Swasta. D.H, Basu dan T. Hari Handoko (1997). *Manajemen Pemasaran "Pendekatan Analisa Perilaku Konsumen"*. Yogyakarta BPFE UGM.
- .....(1994). *Azaz-azaz Marketing*. Edisi III. Yogyakarta : Liberty.
- .....dan Irawan (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi II. Jakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yazid (2003). *Pemasaran Jasa "Konsep dan Implementasi"*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Ekonisia FE. UII.